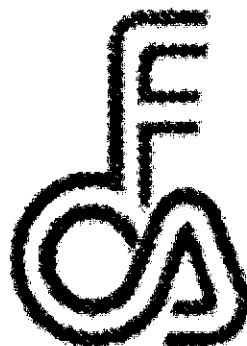


UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



**EL SISTEMA DE CRÉDITOS PRENDARIOS DE CASA MAZATLAN
Y LA CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL DE SUS CLIENTES EN LA
CIUDAD DE PIURA – AÑO 2013.**

Presentada por:

DEYSI GIOVANNI TACURE PINTADO

Asesorada por:

DR. LUIS CUEVA JIMENEZ

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

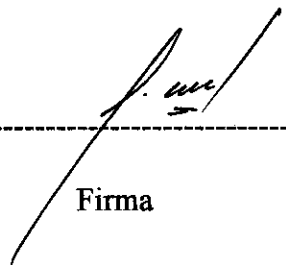
**Piura – Perú
2014**

7384
TACAC

REGISTRO DE FIRMAS

Tesis presentada como requisito para optar el título de Licenciado en Administración.

Asesor:



Firma

Nombres:

Dr. Luis Cueva Jiménez

Tesista:

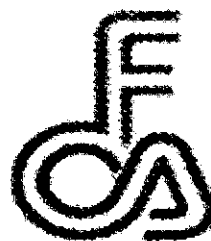


Firma

Nombres:

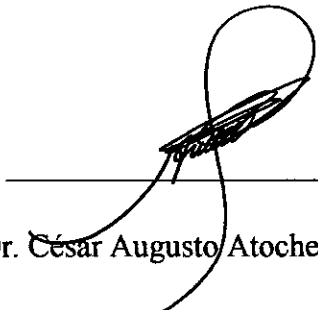
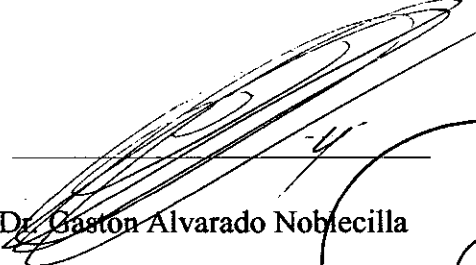
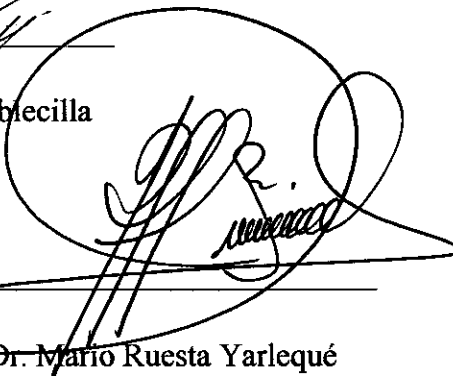
Bach. Deysi Giovanni Tacure Pintado

UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



ACTA DE SUSTENTACIÓN

De acuerdo con el reglamento para la obtención de título profesional en las diferentes facultades de la Universidad Nacional de Piura, los miembros del jurado calificador abajo firmantes dan fe de la sustentación y aprobación del presente trabajo de investigación titulado: **EL SISTEMA DE CRÉDITOS PRENDARIOS DE CASA MAZATLAN Y LA CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL DE SUS CLIENTES EN LA CIUDAD DE PIURA – AÑO 2013.**

 _____ Dr. César Augusto Atoche Pachcerres SECRETARIO	 _____ Dr. Gastón Alvarado Noblecilla PRESIDENTE	 _____ Dr. Mario Ruesta Yarlequé VOCAL
--	--	--

DEDICATORIA

A Dios que inspira mi Espíritu a seguir adelante, a mis Padres que hicieron todo en la vida para lograr mis sueños, por motivarme, brindarme su apoyo y amor incondicional en todo mi camino.

AGRADECIMIENTO

A Dios por protegerme y ayudarme a superar los obstáculos y dificultades que se presentaban a lo largo de este camino, a mis padres que con su ejemplo me enseñaron a no rendirme ante nada y siempre luchar por lo que quiero, a mis hermanos por su gran apoyo, a mi amiga por su apoyo y testigo de este arduo camino.

Al DR. Luis Cueva por su valiosa guía y apoyo en el camino de esta tesis.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general establecer de qué manera el sistema de créditos prendarios influye en la satisfacción de las necesidades de personas naturales y jurídicas en la ciudad de Piura durante el año 2014; para lo cual se determinaron las características de la demanda de créditos prendarios, las características de la oferta existente en la ciudad de Piura y finalmente determinar el nivel de satisfacción de créditos prendarios de acuerdo a la percepción de los clientes. La investigación fue de tipo descriptiva y presenta un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y transversal; la técnica de recolección de datos fue la encuesta; el cuestionario fue aplicado a una muestra de 97 clientes de Casa Mazatlán; la información fue procesada mediante el paquete estadístico SPSS V.21. También se realizó un análisis documental y observación para determinar las características de la oferta. Dentro de las principales conclusiones se concluye que los créditos prendarios satisfacen necesidades tanto para las personas naturales ante eventos urgentes como salud, alimentación o pagos varios; como para satisfacción suntuosa en viajes o compras de uso personal; así mismo para personas jurídicas (MYPE) el fácil acceso a crédito ante ausencia de liquidez, capital de trabajo o pago de proveedores permite el cumplimiento de obligaciones de pago o realizar actividades como microempresa. Además se evidencia una variedad de oferta para este tipo de crédito, ante una demanda creciente debido a su fácil acceso de crédito y cantidad mínima de requerimientos.

Palabras clave: Crédito Prendario, Perfil del cliente, Satisfacción, Demanda de créditos, Entidades de Préstamo.

ABSTRACT

The present study had the overall objective to establish how inventory credit system influences the satisfaction of the needs of individuals and companies in the city of Piura in 2014; for which the characteristics of the demand for secured loans is determined, the characteristics of the existing supply in the city of Piura and finally determine the level of satisfaction of secured loans according to customer perception. The research was descriptive and presents a quantitative approach with a non-experimental and cross-sectional design; The data collection technique was the survey; The questionnaire was administered to a sample of 97 clients of Casa Mazatlan; information was processed using SPSS V.21. Observation and documentary analysis was also performed to determine the characteristics of the offer. Among the key findings we conclude that title loans meet needs for both individuals to urgent events such as health, food or several payments; satisfaction to sumptuous shopping trips or personal use; likewise for legal persons (MYPE) easy access to credit to lack of liquidity, working capital or payment of suppliers enables compliance with payment obligations or activities such as microenterprise. Also offer a variety of evidence for this type of loan, with an increasing demand due to its easy access to credit and minimal requirements

Key Words: Credit Collateral, Customer Profile, Satisfaction, Credit demand, Entities Loan.

MARCO DE CONTENIDO

REGISTRO DE FIRMAS	II
ACTA DE SUSTENTACIÓN.....	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
RESUMEN.....	VI
ABSTRACT	VII
MARCO DE CONTENIDO	VIII
I. INTRODUCCIÓN.....	14
1.1 REALIDAD PROBLEMÁTICA	16
1.2 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	18
1.3 JUSTIFICACIÓN	19
1.4 OBJETIVOS	21
II. MARCO TEÓRICO.....	22
2.1 ANTECEDENTES.....	22
2.2 MARCO REFERENCIAL.....	27
III. METODOLOGÍA	57
3.1 METODOLOGÍA	57
3.2 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	57
3.3 POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO.....	58
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	59
3.5 MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	59
IV. RESULTADOS	61
4.1. DETERMINAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA DE CRÉDITOS PRENDARIOS EN LA CIUDAD DE PIURA	68
4.2. IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA DE CRÉDITOS PRENDARIOS EN LA CIUDAD DE PIURA	100
4.3. MEDIR LA SATISFACCIÓN DE NECESIDADES DE FINANCIAMIENTO DE CRÉDITOS PRENDARIOS EN LA CIUDAD DE PIURA.....	119
4.4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	147
V. CONCLUSIONES.....	156
VI. RECOMENDACIONES	158
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	159
ANEXOS.....	162

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población.....	58
Tabla 2 Caracterización de la oferta.....	97
Tabla 3: MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO DE LA EMPRESA	99
Tabla 4: Sexo.....	100
Tabla 5: Edad.....	101
Tabla 6: Nivel de Ingresos.....	102
Tabla 7: ¿Desde cuándo usted accede a créditos prendarios?	103
Tabla 8: ¿Con que frecuencia suele solicitar créditos prendarios?.....	104
Tabla 9: ¿Qué ha dejado en garantía?	105
Tabla 10: ¿Por qué eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario?	106
Tabla 11: Tabla de contingencia edad * ¿Desde cuándo usted accede a créditos prendarios?	107
Tabla 12: Tabla de contingencia edad * ¿con que frecuencia suele solicitar créditos prendarios?	108
Tabla 13: Tabla de contingencia edad * ¿Qué ha dejado en garantía?.....	109
Tabla 14: Tabla de contingencia edad * ¿Por qué eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario?.....	110
Tabla 15: Tabla de contingencia sexo * ¿Desde cuándo usted accede a créditos prendarios?	111
Tabla 16: Tabla de contingencia sexo * ¿Con que frecuencia suele solicitar créditos prendarios?	112
Tabla 17: Tabla de contingencia sexo * ¿Qué ha dejado en garantía?.....	113
Tabla 18: Tabla de contingencia sexo * ¿por qué eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario?.....	114
Tabla 19: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿desde cuándo usted accede a créditos prendarios?	115
Tabla 20: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿con que frecuencia suele solicitar créditos prendarios?.....	116
Tabla 21: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿Qué ha dejado en garantía?	117
Tabla 22: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿por qué eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario?	118
Tabla 23: ¿Por qué razones prefiere acceder a créditos prendarios?.....	119
Tabla 24: ¿Por qué razones ha solicitado su crédito prendario?	120
Tabla 25: ¿Qué monto ha solicitado o suele solicitar?.....	121
Tabla 26: Tabla de contingencia edad * ¿por qué razones prefiere acceder a créditos prendarios?	122
Tabla 27: Tabla de contingencia edad * ¿por qué razones ha solicitado su crédito prendario?.....	123
Tabla 28: Tabla de contingencia edad * ¿Qué monto ha solicitado o suele solicitar?	124
Tabla 29: Tabla de contingencia sexo * ¿por qué razones prefiere acceder a créditos prendarios?	125

Tabla 30: Tabla de contingencia sexo * ¿por qué razones ha solicitado su crédito prendario?.....	126
Tabla 31: Tabla de contingencia sexo * ¿Qué monto ha solicitado o suele solicitar?	127
Tabla 32: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿Por qué razones prefiere acceder a créditos prendarios?.....	128
Tabla 33: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿Por qué razones ha solicitado su crédito prendario?.....	129
Tabla 34: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿Qué monto ha solicitado o suele solicitar?	130
Tabla 35: ¿Cómo califica la infraestructura de Casa Mazatlán en relación a la comodidad?	131
Tabla 36: ¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Casa Mazatlán?.....	132
Tabla 37: ¿Cómo califica en general el servicio de créditos prendarios en Casa Mazatlán?	133
Tabla 38: ¿Qué tan dispuesto estaría usted de recomendar el servicio de créditos prendarios de Casa Mazatlán?.....	134
Tabla 39: Tabla de contingencia edad * ¿cómo califica el tiempo de espera en la atención en Casa Mazatlán?.....	135
Tabla 40: Tabla de contingencia edad * ¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Casa Mazatlán?.....	136
Tabla 41: Tabla de contingencia edad * ¿cómo califica en general el servicio de créditos prendarios en Casa Mazatlán?.....	137
Tabla 42: Tabla de contingencia edad * ¿qué tan dispuesto estaría usted de recomendar el servicio de créditos prendarios de Casa Mazatlán?.....	138
Tabla 43: Tabla de contingencia sexo * ¿cómo califica el tiempo de espera en la atención en Casa Mazatlán?.....	139
Tabla 44: Tabla de contingencia sexo * ¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Casa Mazatlán?.....	140
Tabla 45: Tabla de contingencia sexo * ¿cómo califica en general el servicio de créditos prendarios en Casa Mazatlán?.....	141
Tabla 46: Tabla de contingencia sexo * ¿Qué tan dispuesto estaría usted de recomendar el servicio de créditos prendarios de Casa Mazatlán?.....	142
Tabla 47: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿cómo califica el tiempo de espera en la atención en Casa Mazatlán?	143
Tabla 48: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Casa Mazatlán?	144
Tabla 49: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿cómo califica en general el servicio de créditos prendarios en Casa Mazatlán?	145
Tabla 50: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿qué tan dispuesto estaría usted de recomendar el servicio de créditos prendarios de Casa Mazatlán?.....	146

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Sexo	101
Gráfico 2: Edad	101
Gráfico 3: Nivel de Ingresos	102
Gráfico 4: ¿Desde cuándo usted accede a créditos prendarios?	103
Gráfico 5: ¿Con qué frecuencia suele solicitar créditos prendarios?	104
Gráfico 6: ¿Qué ha dejado en garantía?	105
Gráfico 7: ¿Por qué eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario?	106
Gráfico 8: Grafico de contingencia edad * ¿Desde cuándo usted accede a créditos prendarios? ...	107
Gráfico 9: Grafico de contingencia edad * ¿Con que frecuencia suele solicitar créditos prendarios?	108
Gráfico 10: Grafico de contingencia edad * ¿Qué ha dejado en garantía?	109
Gráfico 11: Grafico de contingencia edad * ¿por qué eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario?	110
Gráfico 12: Grafico de contingencia sexo * ¿desde cuándo usted accede a créditos prendarios? ..	111
Gráfico 13: Grafico de contingencia sexo * ¿Con que frecuencia suele solicitar créditos prendarios?	112
Gráfico 14: Grafico de contingencia sexo * ¿qué a dejado en garantía?	113
Gráfico 15: Grafico de contingencia sexo * ¿por qué eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario?	114
Gráfico 16: Grafico de contingencia nivel de ingresos * ¿Desde cuándo usted accede a créditos prendarios?	115
Gráfico 17: Grafico de contingencia nivel de ingresos * ¿con que frecuencia suele solicitar créditos prendarios?	116
Gráfico 18: Grafico de contingencia nivel de ingresos * ¿Qué ha dejado en garantía?	117
Gráfico 19: Grafico de contingencia nivel de ingresos * ¿por qué eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario?	118
Gráfico 20: ¿Por qué razones prefiere acceder a créditos prendarios?	119
Gráfico 21: ¿por qué razones ha solicitado su crédito prendario?	120
Gráfico 22: ¿Qué monto ha solicitado o suele solicitar?	121
Gráfico 23: Grafico de contingencia edad * ¿Por qué razones prefiere acceder a créditos prendarios?	122
Gráfico 24: Grafico de contingencia edad * ¿por qué razones ha solicitado su crédito prendario? ..	123
Gráfico 25: Grafico de contingencia edad * ¿qué monto ha solicitado o suele solicitar?	124
Gráfico 26: Grafico de contingencia sexo * ¿por qué razones prefiere acceder a créditos prendarios?	125
Gráfico 27: Grafico de contingencia sexo * ¿por qué razones ha solicitado su crédito prendario? ..	126
Gráfico 28: Grafico de contingencia sexo * ¿qué monto ha solicitado o suele solicitar?	127
Gráfico 29: Grafico de contingencia nivel de ingresos * ¿por qué razones prefiere acceder a créditos prendarios?	128
Gráfico 30: Grafico de contingencia nivel de ingresos * ¿por qué razones ha solicitado su crédito prendario?	129
Gráfico 31: Grafico de contingencia nivel de ingresos * ¿qué monto ha solicitado o suele solicitar?	130
Gráfico 32: ¿Cómo califica la infraestructura de Casa Mazatlán en relación a la comodidad?	131

Gráfico 33: ¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?	132
Gráfico 34: ¿cómo califica en general el servicio de créditos prendarios en Caza Mazatlán?	133
Gráfico 35: ¿qué tan dispuesto estaría usted de recomendar el servicio de créditos prendarios de Caza Mazatlán?	134
Gráfico 36: Grafico de contingencia edad * ¿cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?	135
Gráfico 37: Grafico de contingencia edad * ¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?	136
Gráfico 38: Grafico de contingencia edad * ¿cómo califica en general el servicio de créditos prendarios en Caza Mazatlán?	137
Gráfico 39: Grafico de contingencia edad * ¿qué tan dispuesto estaría usted de recomendar el servicio de créditos prendarios de Caza Mazatlán?	138
Gráfico 40: Grafico de contingencia sexo * ¿cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?	139
Gráfico 41: Grafico de contingencia sexo * ¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?	140
Gráfico 42: Grafico de contingencia sexo * ¿cómo califica en general el servicio de créditos prendarios en Caza Mazatlán?	141
Gráfico 43: Grafico de contingencia sexo * ¿Qué tan dispuesto estaría usted de recomendar el servicio de créditos prendarios de Caza Mazatlán?	142
Gráfico 44: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?	143
Gráfico 45: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?	144
Gráfico 46: Grafico de contingencia nivel de ingresos * ¿cómo califica en general el servicio de créditos prendarios en Caza Mazatlán?	145
Gráfico 47: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿que tan dispuesto estaría usted de recomendar el servicio de créditos prendarios de Caza Mazatlán?	146

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	Mercado Financiero desde el punto de vista de la intermediación.	32
Figura 2	Pirámide de las necesidades de Maslow.	49
Figura 3	Identificación de las necesidades del cliente	50

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1	Operacionalización de variables	162
Anexo 2	Matriz de consistencia	166
Anexo 3	Encuesta	167
Anexo 4	Guía de observación simple para la determinación de la oferta	168
Anexo 5	Informe Técnico de Fiabilidad para el Cálculo del Alfa de Cronbach	169
Anexo 6	Correlación de cruce de variables	170

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente los productos activos considerados en el sistema financiero; principalmente el crédito o financiamiento se han convertido en parte importante de las personas y empresas; ya que permite adquirir bienes y/o satisfacer las necesidades de los mismos.

El crédito es un compromiso escrito en el cual las instituciones financieras mediante una operación crediticia financian las necesidades de inversión, capital de trabajo o la satisfacción de necesidades personales del futuro deudor.

Esta investigación se centra en el sistema de crédito de tipo prendario, si bien este tipo de crédito no está considerado propiamente dicho en la división por tipo de crédito de la SBS; las instituciones financieras que brindan este servicio, lo consideran como un tipo de crédito de consumo; por lo cual pertenece a la clase de créditos directos.

El crédito prendario es un crédito de libre disponibilidad, por lo tanto el cliente puede disponer del dinero en cualesquiera que sean sus necesidades; esta modalidad de crédito ha aumentado en el Perú; debido a la facilidad de los trámites y requisitos para acceder al crédito, muchas veces solo con requisitos mínimos de presentación del documento de identidad y la prenda o joya.

Las instituciones financieras que generalmente brindan este tipo de servicio son las cajas municipales de ahorro y crédito; y empresas especializadas en microcréditos. Actualmente debido al aumento de la demanda por este tipo de servicios, han surgido muchas Edpymes que brindan préstamos no sólo con garantía de joyas sino también con

garantía de todo tipo de artículos, brindando a los clientes un fácil acceso al financiamiento; a este rubro de créditos se suma además el Banco de Comercio.

En los últimos años el acceso de la población peruana a los productos y servicios que las entidades financieras ofrecen se ha venido incrementando de manera sostenida. De acuerdo a la Asociación de Bancos del Perú el crecimiento de colocaciones de créditos bancarios en soles, llegó en octubre 2013 hasta los S/.87.623 millones, cifra superior en 2,10% a lo reportado en septiembre del 2013 S/.85.818 millones. Sin embargo, a pesar de esta evolución, Perú aún se encuentra posicionado debajo de la media regional en colocación de créditos e incluso es superada por algunos países con menores niveles de ingreso por habitante. El bajo nivel de bancarización abre entonces una oportunidad para intensificar el acceso de la población peruana al ahorro y crédito, con ello, darle un mayor soporte al crecimiento económico del país en los próximos años.

El mayor acceso al crédito y las mayores facilidades para iniciativas de negocios y empresariales impulsadas por el sector financiero peruano han contribuido con la mejora de la competitividad del país, según afirma la Asociación de Bancos (Asbanc).

Según el ranking 2013 - 2014 del Índice de Competitividad Global del Foro Económico Mundial (World Economic Forum), Perú subió cinco posiciones ubicándose en el puesto 40 a nivel mundial en desarrollo financiero, por su facilidad de acceso a créditos y la solidez de su sistema bancario.

La asociación de Bancos afirma que la banca privada también ha hecho esfuerzos por satisfacer la creciente demanda de préstamos de las familias, y ha tenido un manejo responsable de sus carteras. Dentro de los países de América Latina y el Caribe, Perú

ocupó el quinto lugar en desarrollo financiero, mejorando una posición, y ubicándose por encima de Colombia, Brasil, México, Guatemala, entre otros.

En el indicador de facilidad de acceso a préstamos, Perú se ubica en el puesto 30 del ranking mundial y en cuarto lugar en la región, mientras que en solidez de los bancos, ocupa una destacable posición 27 a nivel global y entre las ocho principales en las economías latinoamericanas.

Por otro lado la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (Fepcmac), expresa que las colocaciones en créditos a las micro y pequeñas empresas se incrementaron en 12%. En mayo de 2013 las Cajas Municipales colocaron 7.271 millones de soles (US\$2.573M). Del total de créditos colocados el 37% están dirigidos hacia la Microempresa ascendente a 2.705 millones de soles (US\$957M), según se consigna en la sección economía del portal RPP noticias, en Julio de 2013.

1.1 Realidad problemática

En nuestro país los créditos pignoratícios (créditos con una garantía que queda depositada en la entidad de crédito, para asegurar el cumplimiento de la obligación) sumaron S/. 200 millones, según la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS) hasta el presente año. Sin embargo, se estima que en el sector informal se estaría superando esta cifra.

Según el Banco de Comercio en el sector no regulado, se encuentran las casas de empeño y prestamistas informales que cobran altísimos intereses y realizan cobros a través

de comisiones o penalidades de diferentes conceptos que incrementan considerablemente los costos del crédito, lo que hace cada vez más difícil para el cliente salir de esta deuda.

Además el Banco de Comercio acerca de las características de la demanda agregó que el 70% de la demanda del crédito pignoraticio proviene del público femenino, con edades que oscilan entre los 28 años a más, de un nivel socioeconómico B/C, generalmente amas de casas y comerciantes que necesitan dinero al instante, comúnmente para impulsar una nuevas idea de negocio o atender un imprevisto del hogar.

De acuerdo a la pre publicación del proyecto que elimina el límite al otorgamiento de crédito pignoraticio aplicable a las CMAC; la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) elimina el límite de 60% del valor de tasación de la prenda entregada para el monto del préstamo de una caja municipal. Al mismo tiempo, establece que todas las entidades bajo su supervisión pueden prestar hasta el 75% del valor de una alhaja de oro. Por lo que las joyas y objetos de oro podrán garantizar mayores montos de los créditos que son otorgados por las cajas municipales y otras entidades financieras que operan en el país.

Casa Mazatlán es una empresa cuyo rubro es sector financiero, ofrece servicios de casa de empeño. En el Perú viene operando desde el año 2010 y en la ciudad de Piura tiene un 2 de funcionamiento.

La problemática que presenta la empresa se refleja en que muchas de las operaciones que realiza dependen de la central de Lima; y esta a su vez de la casa matriz ubicada en México; a pesar del sistema interconectado existen deficiencias en el área operativa. Al ser una empresa nueva en el mercado piurano; y a pesar de contar con tasas de interés muy buenas, aún no es reconocida y el número de clientes con que cuenta la empresa es reducido; a muchos de los cuales la prefieren ante la variedad de oferta.

El problema más reciente es el acontecido en Octubre de 2013; que al cierre de mes el sistema quedo inoperativo; no pudiendo efectuar ninguna transacción nueva durante los meses de Noviembre y Diciembre; a pesar del aumento de demanda en dichos meses que la mayoría de las personas requieren de préstamos; originando disgustos de los clientes habituales y perdida de nuevos clientes que llegaban a realizar su operación.

1.2 Preguntas de investigación

Se planteó como Pregunta General:

¿Cómo y de qué manera el sistema de créditos prendarios ha influido en la satisfacción de necesidades de personas naturales y personas jurídicas en casa Mazatlán
Así mismo se plantearon las siguientes preguntas específicas de investigación:

- a. ¿Cuáles son las características de la oferta de créditos prendarios en la ciudad de Piura?
- b. ¿Cuáles son las características de la oferta de créditos prendarios en casa Mazatlán?
- c. ¿Cuáles son las características de la demanda de créditos prendarios en casa Mazatlán?
- d. ¿De qué manera el crédito prendario satisface las necesidades de financiamiento en casa Mazatlán?

1.3 Justificación

El crecimiento económico en la ciudad de Piura es una realidad palpable; ha permitido la apertura de negocios de diferente rubro, el fácil acceso a la información a nivel global, y los avances en tecnología. Todo ello conlleva a que las personas cuenten con un nivel de vida con mayores comodidades.

En la ciudad de Piura son muchos los emprendedores que han invertido en pequeños negocios y para lo cual han gestionado préstamos personales, para capital de trabajo o inversiones en activos fijos; en las diferentes entidades bancarias o micro financieras; aprovechando el acceso a crédito que viene incrementándose a nivel nacional de manera sostenida. Por otro la apertura de diferentes tiendas comerciales; con sus modalidades de créditos personales o el uso de tarjetas de crédito de las diferentes casas comerciales; han ocasionado que la población piurana se endeude por el consumismo de las tiendas de retail.

Las necesidades de crédito es común en la mayoría de personas, con diferentes fines y usos; y la existencia de un tipo de crédito como el pignotario o prendario que cuenta con un fácil acceso, sin muchos requerimientos es la oportunidad para personas naturales y jurídicas solventar sus necesidades de inversión o sus gastos personales.

La justificación práctica de la investigación plantea el desarrollo un estudio del sistema de crédito prendario en la empresa Casa Mazatlán y la caracterización de sus clientes; de tal manera que permita identificar cuáles son los requerimientos; gustos y preferencias de los usuarios de este tipo de crédito; y de esta manera se obtenga un conocimiento de la diferente oferta de créditos prendarios en la ciudad de Piura; lo cual

permitirá mejorar la gestión de la empresa Casa Mazatlán para fidelizar a sus clientes y atraer nuevos clientes del mercado piurano.

Metodológicamente la investigación se basa en las teorías acerca del sistema financiero peruano, destacando los servicios de créditos prendarios; en la recolección de datos a través de guías documentales para determinar la situación del crédito prendario en la empresa Casa Mazatlán y la observación para determinar las características de la oferta existente; a través de la técnica de la encuesta por medio de un cuestionario aplicado a los clientes se determina que necesidades satisface el crédito prendario y por otro lado otro cuestionario a la posible demanda para recoger los perfiles y preferencias referentes al servicio de créditos prendarios.

Socialmente la investigación pretende dar conocimiento sobre las características de crédito prendario a la población que demanda este tipo de servicio; la investigación contribuirá a la empresa Casa Mazatlán tener conocimiento sobre su competencia y las características; por último la investigación permitirá a la autora a contribuir en su desarrollo profesional en la empresa.

Por ello la importancia de esta investigación radica en tener conocimiento acerca de este tipo de crédito que viene incrementando su demanda; las tasas de interés que presentan; los requerimientos estándares de la oferta de este tipo de crédito y principalmente conocer las preferencias de la población piurana; al momento de elegir entre la variedad de oferta en créditos prendarios.

1.4 Objetivos

Para poder guiar la finalidad de la investigación se formularon objetivos; donde el Objetivo General fue:

Establecer de qué manera el sistema de créditos prendarios influye en la satisfacción de las necesidades de personas naturales y jurídicas en casa Mazatlán.

De la misma manera se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- a. Determinar las características de la oferta de créditos prendarios en la ciudad de Piura.
- b. Determinar las características de la oferta de créditos prendarios en casa Mazatlán.
- c. Identificar las características de la demanda de créditos prendarios en casa Mazatlán.
- d. Medir la satisfacción del financiamiento de créditos prendarios en casa Mazatlán.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

La presente investigación, se fundamenta mediante un marco referencial, que contiene antecedentes, que son investigaciones realizadas anteriormente a nivel internacional sobre las variables en estudio: Créditos prendarios y Perfil del cliente; ya que no se encontraron antecedentes a nivel local ni nacional, relacionados a créditos prendarios. A continuación se detallan antecedentes relacionados a la investigación:

Dentro de los antecedentes internacionales, se consideró a Abril y Estrada (2008) presentaron la investigación titulada “Proyecto de factibilidad para la creación de una institución financiera de crédito prendario, en La Libertad - Provincia Península de Santa Elena” perteneciente a la Escuela Superior Politécnica del Litoral, de Guayaquil – Ecuador.

Dentro de las principales conclusiones se determinó en el estudio de mercado mediante las entrevistas que los habitantes de La Libertad desean la apertura de este servicio de préstamo prendario porque ayudará solidariamente a financiar ciertas necesidades que tienen los habitantes del sector; además se combatiría a los prestamistas de negocios ilícitos que existen en la zona y que cobran altos intereses a los pobladores. Mediante la técnica de los grupos focales, se determinó que las fuentes de financiamiento a que los pobladores tienen acceso son los Bancos, préstamo a familiares y a los chulqueros, pero ellos no acuden a los Bancos por la serie de requisitos que piden a familiares pero, como tampoco tienen muchas veces para prestar acuden por necesidad a los chulqueros.

Manifiestan además que existe en la zona un lugar donde empeñan sus joyas, pero son explotados por los intereses altos que cobran en el local; no utilizando los Bancos por la serie de requisitos y el tiempo en el que se demora hasta obtener un préstamo.

Dicen que los préstamos que ellos hacen son para financiar sus necesidades básicas de alimentación, estudios, vivienda y de inversión en algún negocio; además ayudan a aliviar sus necesidades de dinero pagando un interés razonable. Opinan que las Institución de créditos prendarios, no solo debe prestar dinero con joyas sino también con electrodomésticos. Los empresarios también solicitan este tipo de créditos para poder salir de las eventualidades, ya que podremos tener mayor acceso a los préstamos, pero el sin número de requisitos

La caracterización del perfil se determinó con una participación mayor de hombres en un 58% y de mujeres un 42%; cuyas edades predominantes oscilan entre 25 y 35 años; generalmente el 51% es casado y el 35% es soltero; su estrato social el 52% de la población pertenece a un estrato social medio seguido de un 22,88% nivel medio bajo. El 29,15% recurre a los Bancos al momento de pedir un préstamo y el otro gran porcentaje realiza préstamos a familiares y prestamistas ilegales un 19,56% y 18,82% respectivamente. El 54,61% expresó que su principal inconveniente son los requisitos y el tiempo que tienen que esperar para obtener un préstamo y 27,68% aseguró no tener ningún inconveniente. El 51% de los pobladores realiza préstamos una vez al año y el 17,71% de los habitantes realiza préstamos 2 veces al año. El mayor uso es para ampliar el negocio que representa el 37,27% y el segundo uso más común es la de consumo propio que es el 33,58%. El 41% de las personas encuestadas expresan que solicitan montos de entre 500 y

2.000 dólares, otro monto significativo que solicitan son los menores a 500 dólares que son el 39% de los encuestados. El 46% manifestaron que están dispuestos a preñar sus artefactos y un 32% personas joyas

En relación a la competencia se determinó que en Ecuador existe un total de 22 entidades preñarias, de las cuales actualmente existen 11 Montes de Piedad. En relación al análisis de los préstamos promedio mensual concedidos entre el Monte de Piedad de La Libertad y de Milagro se puede observar que existe una mayor demanda en La Libertad.

Padilla (2012) presento la tesis de magíster denominada “Valor público, rol del estado y diagnóstico institucional en la dirección de crédito preñario DICREP” perteneciente a la Universidad de Chile.

La investigación tuvo como objetivo identificar los problemas más relevantes, así como determinar las potenciales soluciones, sugiriendo acciones correctivas y preventivas que permitan mejorar su gestión posicionamiento y el logro de sus metas. Dentro de las principales conclusiones se determinó la DICREP está disminuyendo el número de clientes atendidos año a año; presenta restricciones que limitan su capacidad de entregar servicios crediticios a un costo similar que la competencia dirigida a su público objetivo; los funcionarios no cuentan con un buen nivel de competitividad debido a sus sistemas informáticos; trabaja con un tope establecido en las colocaciones, restringiendo de este modo el número de clientes a atender anualmente; y la DICREP debe recurrir a una tasa del 2,5% mensual para cumplir con su obligación de autofinanciamiento.

En cuanto al análisis de la competencia de acuerdo al modelo de negocio de la Caja Metropolitana de Lima en Perú, se aprecia que no teniendo monopolio legal del crédito pignoraticio se ha incentivado la competencia entre entidades reguladas y no reguladas siendo líder en el mercado precisamente una entidad municipal y estatal. Además se evidencia que es atractivo el monto de compra dado por el valor del gramo de oro que ofrecen estas casas, los cobros de estas casas comerciales por la retroventa son onerosos para sus clientes.

Arriola (2005) en su investigación denominada Análisis financiero, de operaciones y de mercadeo en la creación de una empresa dedicada al negocio de préstamos prendarios; perteneciente a la Universidad de San Carlos de Guatemala

Dentro de las principales conclusiones se determinó que en el mercado guatemalteco no existe suficiente oferta de préstamos prendarios, por lo que se considera un mercado con potencial de expansión. Debido al nivel socioeconómico de la población, se ha detectado una oportunidad de negocio que no está siendo explotada en su totalidad.

Se evidencia dentro de la caracterización de la oferta que Guateprenda es una empresa de Préstamos Prendarios, con respaldo financiero de National Pawnbrokers Association (Asociación Nacional de Empresas de Préstamos en Estados Unidos), el tiempo para otorgar préstamos en promedio es de 20 minutos por Préstamo; los trámites son mínimos y se basan en la Valuación, contrato y firma; existen varias agencias colocadas en diversos centros comerciales de la ciudad capital, e incluso en el interior del país, cuentan con un servicio al Cliente Personalizado y especial para la persona que necesita un préstamo prendario.

Dentro de la caracterización de la demanda se aprecia que el estudio de mercado determinó que la demanda es de ambos sexos, con una ligera predominancia del género masculino con un 54%; las edades de la demanda no existe un rango representativo pero el rango de 26 – 33 años representa el 18%; existe predominancia de demanda de las personas casadas en un 72%; el 56% de la demanda poseen joyas para su empeño, y que los plazos del préstamo prefieren que sean mensuales en un 48%. No poseen vehículo, y, en general, viven en núcleos familiares entre 2 y 7 personas por hogar.

Dentro de los antecedentes nacionales se cita a Baquedano, Murillo, Tanchiva y Vargas (2006) quienes realizaron una investigación denominada Plan de negocio para el Relanzamiento del crédito pignoraticio en la caja Trujillo S.A. Lima; perteneciente a la Universidad ESAN. La investigación presenta un plan de negocios que estudia el crédito pignoraticio de la Caja Trujillo S.A., y tiene como objetivo proponer alternativas estratégicas para su relanzamiento, de tal manera que este tipo de crédito recobre su importancia y aporte significativamente a la rentabilidad patrimonial.

Dentro de las principales conclusiones se concluye que el crédito pignoraticio, resulta atractivo debido a las altas tasas de interés que se cobran, y a un nivel de riesgo más bajo en comparación a otros tipos de crédito. Se evidencia que el Crédito Pignoraticio; responde a las necesidades urgentes de efectivo de los clientes sin mayores trámites a la sola presentación de su DNI y una prenda de oro, la cual se queda en garantía a cambio de un crédito con una tasa de interés adelantada

En la investigación de mercado, realizada mediante focus group, entrevistas a expertos así como encuestas, se ha determinado que los clientes permanecen en la

institución por referencias, de la investigación se ha determinado el perfil del cliente del crédito pignoraticio, como mujeres mayores de 26 años de nivel socioeconómico B y C, amas de casa y comerciantes (5 por ciento). Asimismo, hemos podido determinar nuestro mercado objetivo potencial inicial: clientes de créditos de la Caja Trujillo S.A. que no poseen un crédito pignoraticio, pero poseen joyas (62 por ciento) y usarían el producto (95 por ciento), como un servicio alternativo ante una urgencia económica (pago de pensiones, tarjetas de crédito, salud, viaje, etc).

2.2 Marco referencial

Para la formulación del marco teórico de la investigación se recolectó información basándose en libros de diferentes autores, refiriendo a la variable de la investigación, en este caso Sistema Financiero Peruano, Productos y servicios del Sistema Financiero, El Crédito, El Crédito Prendario, y Caracterización del cliente. El marco referencial teórico por lo tanto se ha dividido en 05 capítulos, que se describen a continuación:

Capítulo I: Sistema Financiero

1.1 Definición del Sistema Financiero Peruano

De acuerdo a Rodríguez, K (2012) se entiende como sistema financiero al conjunto de instituciones encargadas de la circulación del flujo monetario y cuya tarea principal es canalizar el dinero de los agentes superavitarios (ofertantes de fondos) a los agentes deficitarios (demandantes de fondos quienes realizan actividades productivas).

Además el sistema financiero está regulado por la Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), Ley N° 26702.

Por otro lado Class & Asociados (2012) expresan que el sistema financiero peruano está compuesto por 65 instituciones financieras: 16 bancos, 11 empresas financieras, 13 Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (“CMAC”), 10 Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (“CRAC”), 10 Entidades de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa (“EDPYMES”), 2 Empresas de Arrendamiento Financiero (también conocidas como compañías de leasing), 1 Empresa de Factoring y 2 Empresas Administradoras Hipotecarias (“EAH”). Además existe una importante cantidad de entidades no reguladas por la SBS, como son las ONG que ofrecen financiamiento de créditos y las Cooperativas de Ahorro y Crédito (“COOPAC”), estas últimas supervisadas por la Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Perú (“FENACREP”).

Al definir el sistema financiero peruano, se refiere a instituciones que realizan transacciones de dinero ya sea a manera de captación y/o colocaciones y que están reguladas por la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS). En la investigación esto es importante ya que la unidad de análisis no se encuentra dentro del sistema financiero y por lo tanto no está regulada por la SBS; pero brindan servicios que si están contemplados en el sistema financiero, como es el caso de créditos prendarios o pignotarios; que son exclusividad de las Cajas Municipales, y se encuentran definidas en el grupo de créditos de consumo.

1.2 Importancia del Sistema Financiero

Para Rodríguez, K (2012) el sistema financiero es importante porque ofrece servicios que son de carácter primordial en una economía moderna. El empleo de un medio de intercambio estable aceptado reduce los costos de las transacciones, facilita el comercio y por lo tanto la especialización en la producción. Los activos financieros con rendimiento atractivo, liquidez y características de riesgo atractivas estimulan el ahorro en forma financiera.

En la investigación se considera la importancia del sistema financiero, ya que el servicio de crédito prendario responde a una demanda actual del mercado peruano. Además considerando que el crédito prendario se encuentra en la categoría de crédito de consumo con libre disponibilidad; permite el dinamismo del comercio.

1.3 Clases de mercados financieros

Según Rodríguez, K (2012) desde el punto de vista de la intermediación, el mercado financiero se divide en dos grandes mercados; en donde ambos se subdividen en dos mercados.

1.3.1 Mercado de intermediación indirecta

Es aquel lugar donde participa un intermediario, por lo general el sector bancario (banca comercial asociada y la privada), que otorga preferentemente préstamos a corto plazo (principal activo del mismo), previa captación de recursos del público para luego colocarlos a un segundo, en forma de préstamos.

Dentro de los cuales se encuentran 02 tipos de sectores:

a. Sector bancario

Compuesto por los bancos estatales (como el Banco de la Nación) y la banca múltiple, la cual comprende a los bancos: Banco de Crédito, Banco Continental, Banco Scotiabank, entre otros.

b. Sector no bancario

Conformado por empresas financieras, cajas municipales, cajas rurales de ahorro y crédito, empresas de desarrollo para la pequeña y mediana empresa (EDPYME), empresas de arrendamiento financiero, entre otras.

1.3.2 Mercado de intermediación directa

Es el mercado donde las personas que necesitan dinero para financiar sus proyectos (agentes deficitarios) y no consideran conveniente tomarlos del sector bancario, debido a las tasas de interés, entonces pueden recurrir a emitir valores (acciones o bonos) y captar así los recursos que necesiten, directamente de los oferentes de capital. Estos oferentes están referidos a los inversionistas que adquieren valores sobre la base del rendimiento esperado y el riesgo que están dispuestos a asumir.

Dentro de los cuales tenemos 02 tipos de mercados:

a. Mercado primario

Es aquel donde los emisores (empresas e instituciones privadas y públicas, nacionales y extranjeras) ofrecen valores mobiliarios que crean por primera vez, lo que les permite captar el ahorro de los inversionistas (personas naturales, personas jurídicas y dentro de estas últimas, los inversionistas

institucionales como: bancos, AFP, financieras, fondos mutuos, entre otros) a través de la oferta pública (requiere autorización previa de la ASFI: Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, y de la correspondiente inscripción en el Registro del Mercado de Valores) de sus valores mobiliarios.

b. Mercado secundario

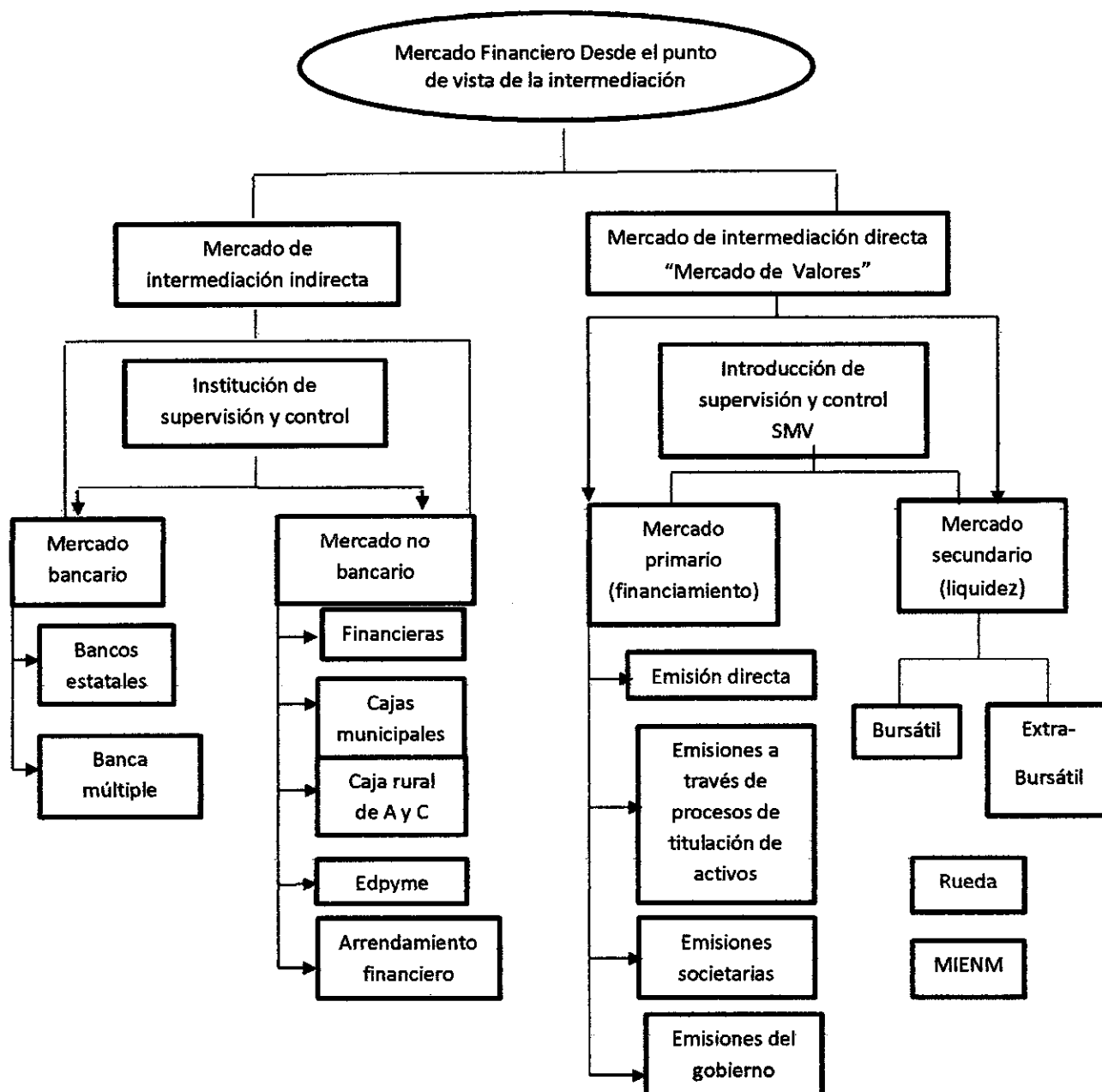
A través de este mercado se realizan transacciones con valores que ya existen, esto se origina cuando las empresas inscriben sus acciones, bonos, entre otros instrumentos, en la Bolsa de Valores con la finalidad de que sus accionistas u obligacionistas (en el caso de tenedores de bonos o instrumentos de corto plazo) tengan la posibilidad de vender dichos valores cuando necesiten liquidez (dinero).

Está dividido en mercado bursátil y en mercado extrabursátil. El primero es aquel segmento del mercado que, tomando como elemento diferenciador la forma de negociación de los valores, se ubica en la Bolsa como mecanismo, denominado Rueda de Bolsa. En la Rueda se participa a través de las Agencias de Bolsa. A su vez, el mercado extrabursátil, es aquel en el cual se colocan y negocian los valores mobiliarios, no registrados en el mercado bursátil. Este mercado puede ser centralizado o no, aunque suele ser un mercado que no está organizado con reglas determinadas de negociación.

Consideramos describir el mercado financiero ya que el tipo de crédito prendario o pignotario se realiza en el sistema de intermediación indirecta principalmente en el sector no bancario, a través de las cajas municipales; y en el año

2013 con el objetivo de diversificar servicios el Banco de Comercio perteneciente al sector bancario, ha comenzado a realizar créditos pignotarios.

Figura 1 Mercado Financiero desde el punto de vista de la intermediación.



Fuente: Rodríguez, K (2012) Sistema Financiero Peruano: Informe Financiero. Actualidad Empresarial N° 265.

1.4 Instituciones inmersas en el sistema financiero

Como indica Rodríguez, K (2012) las entidades captan los ahorros y efectúan préstamos o llevan a cabo inversiones de los demandantes a cambio de pago de intereses o dividendos. De acuerdo a la SBS se clasifican de la siguiente forma:

- Empresas bancarias.
- Empresas financieras.
- Cajas municipales de ahorro y crédito.
- Cajas rurales de ahorro y crédito.
- Cajas municipales de crédito popular.
- Administradoras de Fondos de Pensiones.
- Empresas de arrendamiento financiero.
- Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE).
- Bolsa de Valores y Bolsa de Productos.
- Bancos de inversores.
- Sociedad Nacional de Agentes de Bolsa.
- Empresas de Desarrollo de Pequeña y Micro Empresa (EDYPYMES).
- Cooperativas de ahorro y crédito.
- Empresa de transferencia de fondos.
- Empresas afianzadoras y de garantías.
- Almacenes generales de depósito.
- Empresa de servicios fiduciarios.
- Empresas de seguros.

Cabe señalar que la unidad de análisis Casa Mazatlán no pertenece al sistema financiero, así como algunas empresas privadas que presentan como servicio principal el crédito prendario y no están reguladas por la SBS; ni pertenecen al sector no bancario.

Capítulo II: Productos y Servicios del Sistema Financiero

2.1 Productos y servicios del sistema financiero

De acuerdo al Instituto de Formación Bancaria (2011), existen varios tipos de productos donde se mencionan:

2.1.1 Productos pasivos o de captación

a. Depósito de ahorro

Es una modalidad de depósito tanto en moneda nacional como moneda extranjera, orientado para personas naturales o jurídicas que permite de manera rápida y segura disponer de los fondos en el momento que se requiera (como un depósito a la vista), a través de los diferentes canales de distribución (atención) del banco.

b. Cuenta corriente

De acuerdo a Ley General del Sistema Financiero N°. 26702. Art. N° 225° es un contrato en virtud del cual una empresa se obliga a cumplir las órdenes de pago de su cliente hasta por el importe del dinero que hubiere depositado en ella o del crédito que se haya estipulado, esto último en el caso de las empresas autorizadas para conceder sobregiros de conformidad con los artículos 283° y 290°.

c. Depósitos a plazo

También llamados depósito a término, porque, al menos en teoría, no puede ser retirado por el depositante hasta que haya vencido el plazo. Precisamente por

este motivo es que las instituciones financieras pagan mayores tasas de interés por este tipo de captación, cumpliendo con el principio a mayor plazo, mayor costo de dinero.

d. Depósitos CTS (Compensación por tiempo de servicios)

Los depósitos CTS (Compensación por Tiempo de Servicios), se podrían denominar también como un depósito con carácter obligatorio, ya que está reglamentado por Ley; y consiste en el depósito que las empresas y/o empleadores deben efectuar con carácter previsional, de los beneficios sociales que tienen los trabajadores por los años de servicios prestados a sus patronales, es decir como su nombre lo indica compensa el tiempo de servicios de los trabajadores; de tal manera que cuando dejen de trabajar tendrán éste dinero a su disposición para financiar su temporada de desempleo ya sea coyuntural o permanente y por ello su carácter previsional.

e. Fondos mutuos

Es un patrimonio común que se genera a partir de aportes voluntarios de personas naturales y/o jurídicas denominados Partícipes. Dicho Patrimonio es invertido por una sociedad administradora de fondos en una cartera diversificada de instrumentos financieros que pueden ser: de Renta Fija, (Bonos, pagarés, operaciones de reporte, certificados bancarios, cuentas de ahorro, depósito a plazo, etc.) y/o de Renta Variable (acciones) según sea el tipo de fondo en el cual se desee participar.

2.1.2 Pasivos por obligaciones

a. Emisión de órdenes de pago

Los bancos tienen la facultad de recibir instrucciones de un cliente para efectuar un pago, a un tercero por cuenta suya, utilizando el saldo disponible de su cuenta o el efectivo recibido. Estas instrucciones vienen a constituir una orden de pago.

Las órdenes de pago pueden efectuarse dentro del territorio nacional o a nivel internacional, y pueden ser destinadas a cancelar operaciones comerciales o financieras del cliente ordenante.

b. Cheque

El cheque es un título valor mediante el cual una persona ordena a un banco, en el cual mantiene una cuenta corriente, el pago de una determinada cantidad de dinero, sobre el saldo a favor que mantiene en su cuenta y que es suficiente para cubrir dicho pago.

c. Transferencia Bancaria

La transferencia bancaria es una orden de pago que da el Banco a una de sus oficinas o a uno de sus corresponsales, para que ponga a disposición de determinada persona natural o jurídica una cantidad de dinero. Este dinero es entregado al destinatario previa identificación o abonado en la cuenta que mantenga en el banco.

d. Recaudaciones

Son operaciones que efectúan los bancos brindando un servicio a diversas empresas y/o instituciones públicas, permitiéndoles minimizar costos en la

recaudación de sus impuestos; y así mismo, facilitar al público usuario el pago oportuno de sus tributos.

2.1.3 Servicios bancarios

Son servicios bancarios aquellos negocios en los que no se materializa la intermediación crediticia; es decir, negocios en los que un banco cobra comisiones pero no recibe ni da dinero o crédito, por lo tanto no percibe intereses.

a. Cobranza de Letras

El servicio de cobranza de letras, se brinda especialmente a las empresas que cuenten con dichos efectos en cartera y que son presentadas al banco para que los apoye en la cobranza de dichos documentos, considerando que las entidades bancarias cuentan con una red de oficinas que permite gestionar su cobro en diversas localidades y plazas. En ciertos casos estos documentos son dejados también en garantía de préstamos obtenidos u operaciones de financiamiento concedidas a los dueños de dichas letras.

b. Letra de Cambio

La letra de cambio es un título valor abstracto (no expresa la causa de su origen), autónomo (c/letra es independiente de otra) y transferible por endoso (se pueden ceder sus derechos de cobro), que genera obligaciones solidarias entre todos los que intervienen frente al tenedor o poseedor.

2.1.4 Operaciones activas

Las operaciones activas para las instituciones financieras; reciben este nombre debido a la obligación que contraen con los bancos los deudores o

agentes deficitarios (personas naturales y/o jurídicas que precisan de un apoyo financiero para cubrir sus necesidades) y por lo tanto se consideran dentro de los activos del banco, pues son cuentas por cobrar, y consecuentemente son operaciones crediticias.

Las Instituciones Financieras (IFI) juegan un papel fundamental en este proceso llamado también de Intermediación Crediticia, pues una vez que han recibido o captado con sus operaciones pasivas los depósitos del público (agentes superavitarios) o de otras formas de financiamiento realizan la función crediticia, que consisten en evaluar y analizar las solicitudes de créditos o préstamos de sus clientes (agentes deficitarios) asumiendo el riesgo de ésta colocación de recursos financieros.

2.1.4.1 Tipos de operaciones activas

Las operaciones activas están directamente relacionadas con las operaciones crediticias, se dan más que nada con el crédito directo que maneja el sistema financiero y a través de ello se otorgan financiamientos tanto a las personas naturales como jurídicas para sus necesidades diversas; desde adquirir un determinado bien o pagar un servicio en el primer caso hasta las necesidades relacionadas con capital para desarrollar un negocio o realizar una inversión de más largo plazo.

Productos activos

Son los principales productos crediticios que las instituciones financieras ofrecen a los clientes para satisfacer sus necesidades, y que obtienen mayor demanda en el mercado financiero.

Se consideró agregar los tipos de productos y servicios del mercado financiero, para determinar en qué categoría de producto se encontraría el crédito prendario o pignotario; por las bases teóricas se concluyó que el crédito es un producto activo del sistema financiero ya que están consideradas como cuentas por cobrar

Capítulo III: El crédito

3.1 Definición de crédito

La palabra crédito proviene de creer, tener fé o confianza en la persona a la cual le vamos a otorgar un crédito, es decir en nuestro futuro deudor. Su origen etimológico proviene de la voz latina creditum: confianza y credere: que significa confiar.

Todo crédito involucra el riesgo de prestar un recurso financiero a otra persona. En este sentido también el crédito puede considerarse como una apuesta hacia el futuro y se toma el riesgo a cambio de recibir una compensación.

En teoría una operación crediticia otorgada por las entidades financieras debería ser destinada a financiar las necesidades de inversión, capital de trabajo o la satisfacción de necesidades personales.

3.2 Clases de crédito

Entre las diversas formas de clasificar los créditos que otorgan las Instituciones Financieras, encontramos una que es muy comúnmente utilizada: los créditos directos y los créditos indirectos.

a. Créditos directos.- Son también conocidos como créditos o riesgos por caja; esto debido a que en éste caso existe desembolso de dinero, el cual necesariamente tiene que pasar por registros de caja, ya sea a través del abono

en una cuenta corriente, cuenta de ahorros, o en casos excepcionales a través del otorgamiento mediante un cheque de gerencia o dinero en efectivo.

Productos de los créditos directos:

- ❖ Créditos en cuenta corriente
- ❖ Descuento de pagares y letras.
- ❖ Préstamos (comerciales, micro y pequeñas empresas, de consumo, personales, vehiculares, hipotecarios, etc.)
- ❖ Factoring
- ❖ Arrendamiento Financiero o Leasing

b. Créditos indirectos.- Conocidos también como créditos o riesgos no por caja, o créditos contingentes; en éste caso no hay desembolso de dinero en efectivo, por lo tanto no se pueden registrar por caja, éstos créditos se dan más que nada como un respaldo o una garantía que el banco y otros intermediarios financieros suscriben a favor de sus clientes antes terceras personas garantizándoles el cumplimiento de alguna obligación contraída entre el cliente y el beneficiario de la garantía.

Productos de los créditos indirectos:

- ❖ Aval bancario
- ❖ Aceptaciones Bancarias
- ❖ Cartas Fianza
- ❖ Crédito Documentario o Carta de Crédito

Esta información es útil en la investigación por que define en qué clase de crédito se encuentra el crédito prendario, llegando a concluir que es un crédito directo, considerado como préstamo y clasificado como un crédito de consumo.

3.3 Criterios estandarizados para la evaluación crediticia

Según Gitman, L (2003) los analistas de crédito usan con frecuencia cinco criterios para aprobar un crédito. A continuación se detallan:

a. Historial crediticio (Carácter)

El registro del cumplimiento de las obligaciones pasadas del solicitante (financiero, contractual y moral). El historial de pagos anteriores, así como cualquier juicio legal resuelto o pendiente contra el solicitante, son utilizados para evaluar su reputación.

b. Capacidad

La posibilidad del solicitante para reembolsar el crédito requerido. El análisis se relaciona con la volatilidad de los ingresos y/o gastos. Y, en el caso peruano, a la obtención de un puesto de trabajo.

c. Capital

La solidez financiera del solicitante, que se refleja por su posición de propietario. A menudo, se realizan análisis de la deuda del solicitante, en relación con el capital contable y sus razones de rentabilidad, para evaluar su capital.

d. Garantías

La cantidad de activos que el solicitante tiene disponible para asegurar el crédito. Cuanto mayor sea la cantidad de activos disponibles y éstos tengan la

capacidad de hacerse líquidos, mayor será la oportunidad de que una empresa recupere sus fondos si el solicitante no cumple con los pagos.

e. Condiciones

El ambiente de negocios y actuales condiciones económicas, así como cualquier circunstancia peculiar que afecte a alguna de las partes son consideradas para evaluar las condiciones.

El analista de crédito centra su atención, sobre todo, en las dos primeras (Historial crediticio y capacidad de pago); porque representan los requisitos básicos para la concesión del crédito. Las tres últimas (capital, garantías y condiciones), son importantes para elaborar el contrato de crédito y tomar la decisión de crédito final, que depende de la experiencia y el criterio del analista de crédito.

Se ha considerado incluir en el marco teórico la información estandarizado sobre los requisitos para acceso a crédito; para conocer los requisitos dentro del sistema financiero y compararlos luego con los requisitos del crédito prendario, tanto en las instituciones que pertenecen al sistema financiero, como en las empresas privadas que brindan este tipo de crédito.

3.4 Clasificación por tipo de créditos

Según el Portal del emprendedor; quien cita al SBS expresando que existen tipos de créditos distintos y acordes a las distintas necesidades de cada persona o empresa. Es importante mencionar que la SBS publicó el “Reglamento para la Evaluación y Clasificación del deudor y la Exigencia de Provisiones”, que reemplaza al del 2003 y entró en vigencia a partir del 1 de Julio del 2010.

El SBS reconoce 8 tipos distintos de créditos en el Perú:

a. Créditos corporativos

Estos créditos son otorgados a personas jurídicas que tengan ventas de al menos s/. 200 millones al año. Es necesario que esa cifra sea real al menos en los dos últimos años antes de solicitar el crédito.

b. Créditos a grandes empresas

Estos créditos se otorgan a personas jurídicas con ventas anuales mayores a s/. 20 mil pero menores a s/. 200 millones en los dos últimos años antes de solicitar el crédito.

c. Créditos a medianas empresas

Este tipo de créditos se otorga a personas jurídicas que tengan un endeudamiento de al menos s/. 300 mil en el Sistema Financiero en los últimos seis meses y que no cumplen con las características para ubicarse entre los corporativos y las grandes empresas. Asimismo, este crédito se otorga a las personas naturales con deudas que no sean hipotecarias mayores a s/.300 mil en el SF en los últimos seis meses siempre y cuando parte de este crédito este destinado a pequeñas empresas o microempresas.

d. Créditos a pequeñas empresas

Es un crédito otorgado a personas jurídicas o naturales para fines de prestación de servicios, comercialización o producción, cuyo endeudamiento en el SF sea de al menos s/. 20 mil y menor a s/. 300 mil en los últimos seis meses.

e. Créditos a microempresas

Es un crédito otorgado a personas jurídicas o naturales para fines de iguales a los de las pequeñas empresas, salvo que en este caso el endeudamiento en el SF debe ser menor de s/. 20 mil.

f. Créditos de consumo revolvente

Este tipo de crédito se otorga a las personas naturales con la finalidad de pagar servicios, bienes o deudas no empresariales. El crédito revolvente se refiere a que estos créditos pueden ser pagados por un monto inferior al de la factura, acumulándose la diferencia (a la que se le aplica la tasa de interés correspondiente) para posteriores facturas.

g. Créditos de consumo no revolvente

Es, igual, un crédito que se otorga a personas naturales para fines distintos de la actividad empresarial. La diferencia está en que en este caso el crédito se debe pagar por el mismo monto facturado y no de manera diferida.

h. Créditos hipotecarios

Estos créditos se otorgan a personas naturales para la compra, construcción, reparación, remodelación, ampliación, etc., de vivienda propia siempre y cuando esos créditos se amparen en hipotecas inscritas.

Asimismo, cabe resaltar que también se pueden clasificar los tipos de créditos de acuerdo a la institución que los emite. En ese sentido, encontramos los siguientes tipos de créditos.

a. Créditos gubernamentales

Son los créditos que emiten las instituciones públicas para distintas actividades generalmente de financiamiento a proyectos empresariales y de inversión privada. Entre las principales instituciones públicas de financiamiento están:

- **Corporación Financiera de Desarrollo:** También conocida como COFIDE, esta institución es un banco que realiza préstamos para instituciones financieras y empresas con intereses bajos y plazos cómodos, siendo una de las instituciones que brinda gran parte de los créditos de actividad empresarial en el Perú.
- **Agrobanco:** El Agrobanco brinda créditos para el sector agrícola, la ganadería, y la industrialización de los productos agrícolas y ganaderos.
- **Banco de Materiales:** El Banco de Materiales brinda créditos para la construcción de viviendas, ampliaciones, remodelaciones, etc.
- **Fondo Nacional de Desarrollo Pesquero:** El Fondepes otorga créditos destinados a actividades de acuicultura y pesca artesanal.

b. Créditos de instituciones financieras privadas locales

Son los más frecuentes, generalmente bancos y cajas que prestan ya sea a personas naturales o a empresas (especialmente pymes) para actividades comerciales y empresariales.

Se considera de acuerdo a la línea temporal tres tipos crédito:

- Créditos a corto plazo:** Son aquellos cuyo plazo de devolución y/o reembolso no debe ser mayor a un año; en éste caso las facilidades crediticias son para comprar insumos, capital de trabajo o necesidades eventuales de liquidez.
- Créditos a mediano plazo:** Son los créditos que serán utilizados para adquisiciones de menor cuantía, repuestos, accesorios, etc., que por su naturaleza no serán menores a un año ni mayor a cinco años.

- iii. **Créditos a largo plazo:** Éstos créditos son otorgados por plazos que superan los cinco años, y por lo general son destinados a la compra de inmuebles, equipos, maquinarias de gran envergadura. (llamados también todos ellos bienes de capital) y que los clientes necesitan para el desarrollo o expansión de sus actividades, o de nuevos proyectos a desarrollar.

Se ha considerado la información sobre tipos de créditos existentes, de acuerdo a las normativas de la SBS, así como de acuerdo a la institución que los emite y por el límite temporal; para determinar qué características presenta el crédito prendario de acuerdo al tipo de créditos, concluyendo que es un tipo de crédito de consumo no revolvente, otorgado por instituciones financieras privadas locales y su limitación temporal es a corto plazo.

Capítulo IV: Crédito prendario

4.1 Definición de crédito prendario

Es un crédito de libre disponibilidad, lo que significa que el cliente puede realizar lo que desee con ese dinero, ya sean compras, viajes, o el pago de servicios y deudas. Este crédito cuenta con la invalorable ventaja de que no se requieren garantías de vivienda ni se deben presentar boletas de pago.

De acuerdo al artículo “¿Qué es un crédito prendario?” (2011); esta modalidad de crédito, también llamado crédito pignoraticio, ha crecido mucho en Perú y su creciente popularidad se sustenta en la facilidad del trámite y en que los requisitos para

acceder al crédito son mucho menores. De hecho, basta con presentar la joya y el documento de identidad.

La joya será tasada por la institución y cuanto más valor posea, mayor podrá ser el monto del préstamo. Por lo general, los prestadores de dinero requieren que el peso mínimo de la joya que servirá como garantía no sea inferior a 2 gramos. Esta clase de crédito prendario puede solicitarse en soles o en dólares, según la institución. Algunas compañías prestan el 60% del valor de tasación, otras 70, 80, 90 o 100%.

Las empresas no cobran un importe o interés extra por la custodia de la joya en garantía. Ahora bien, si el solicitante del crédito no reintegra el dinero en el tiempo y forma estipulado, -atrasándose más de 30 días- la institución tiene el derecho de rematar la joya.

Son muchas las instituciones que ofrecen créditos con garantía en joyas en Perú. Por ejemplo, Financiera Edyficar, Caja Trujillo, Caja Arequipa, Caja Huancayo, CMCP Lima y Caja Piura son algunas de ellas.

4.2 Características del crédito prendario

De acuerdo a CMAC – Piura (2013); se considera que:

- El crédito prendario es considerado un crédito de consumo; que se otorga por el empeño de alhajas de oro.
- Es un tipo de crédito que financia necesidades económicas urgentes.
- Es rápido y oportuno.
- Se otorga en moneda nacional
- Se cuenta con plazos de entre: 7, 15, 30, 60 y 90 días.
- Se renueva pagando por lo menos los intereses generados a la fecha de pago.

- El monto mínimo del crédito es el equivalente a un gramo de oro y de acuerdo a su kilataje.
- El monto máximo del crédito es el 60% del valor de tasación.

4.3 Requisitos para un crédito prendario

Según los diferentes portales de instituciones que realizan el crédito prendario, se puede concluir que los requisitos para acceder a un crédito son:

- Ser persona natural mayor de edad
- Presentar original y copia de DNI o carné de extranjería
- Recibo de agua o luz de manera opcional
- Monto Mínimo: El equivalente al valor de tasación de un gramo de oro de 21, 18 y 16 Kilates.
- Estar 100% normal en el sistema financiero.

Capítulo V: Caracterización del cliente.

5.1 Definición

De acuerdo a Mc Graw – Hill (2011) la caracterización del cliente es el análisis de las características del cliente y la determinación de perfiles que permitan clasificar a los clientes en grupos, y adoptar medidas de atención específicas.

5.2 Los clientes

Mc Graw – Hill (2011) expresa que los clientes constituyen el eje principal de cualquier empresa; el estudio en profundidad (necesidades, expectativas, demandas, satisfacciones, etc.) del cliente posibilitará el establecimiento de pautas de actuación adecuadas para la consecución de un servicio de calidad.

Este estudio o análisis debe ser periódico para conseguir una adaptación adecuada de las pautas de actuación y también de los posibles cambios surgidos en el sector que se desenvuelva la empresa y en las necesidades de los clientes.

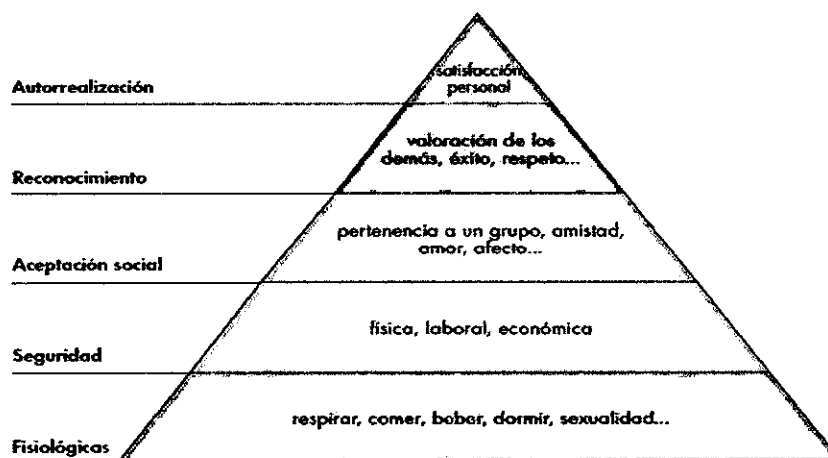
Por otro lado los continuos cambios en el entorno, en el diseño de productos, etc., determinan los cambios en los gustos, necesidades, motivaciones y expectativas de los clientes.

5.3 Necesidades de los clientes

De acuerdo a Mc Graw – Hill (2011) se define necesidad como la sensación de estado de carencia física o psíquica.

Por otro lado diferentes autores estudian las necesidades del ser humano y sus prioridades para satisfacerlas. Abraham H. Maslow es uno de los más conocidos y, su pirámide de necesidades, una de las herramientas más empleadas para establecer el orden de satisfacción de dichas necesidades. Ordena las necesidades del individuo de forma escalonada. Las necesidades se reflejan, en dicha pirámide, de mayor prioridad de satisfacción (base de la pirámide) a menor prioridad (vértice de la pirámide).

Figura 2 Pirámide de las necesidades de Maslow.



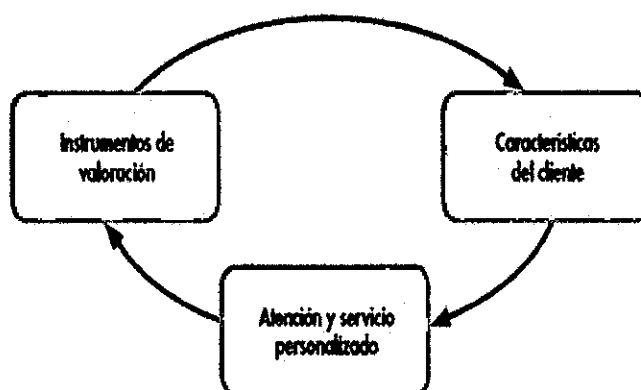
Fuente: Mc Graw – Hill (2011) Los consumidores, clientes y usuarios. Unidad 02.

Las necesidades cubiertas pueden volver a surgir en cualquier momento, y por lo tanto, será necesario bajar de nuevo a la base de la pirámide.

5.4 Características que definen al cliente.

Se debe identificar las características de los clientes para ofrecer una atención y servicio personalizado y conseguir la adecuación de los productos a las demandas de los clientes, necesitamos recopilar datos demográficos, sociológicos, psicológicos, etc., que definan sus necesidades, expectativas y demandas. Utilizaremos para ello distintos instrumentos de valoración como pueden ser las entrevistas personales, las encuestas, etcétera.

Figura 3 Identificación de las necesidades del cliente



Fuente: Mc Graw – Hill (2011) Los consumidores, clientes y usuarios. Unidad 02.

La identificación de las características del cliente permite la segmentación del mercado, es decir, la división de clientes potenciales o reales en grupos en torno a un perfil o característica similar (edad, estilo de vida, motivación, etc.). Esta segmentación facilitará la planificación de acciones específicas (atención, oferta de productos, oferta de servicios, etc.) adaptadas a las necesidades de cada grupo establecido, facilitando así la consecución del objetivo principal de la empresa, que es la satisfacción del cliente.

La investigación presenta la variable caracterización del cliente por lo cual se debe determinar el perfil y características del cliente en base a las necesidades del mismo, para de esta manera ofrecer productos y servicios adecuados para su satisfacción; para ello se debe contar con instrumentos de recolección adecuados que permita a la empresa realizar estrategias adecuadas que permitan atraer nuevos clientes y lograr la fidelidad de los clientes actuales.

5.5 Segmentación de mercados

De acuerdo a Arellano (2000) un mercado no es un todo homogéneo. Está compuesto por cientos, miles e incluso millones de individuos, empresas u organizaciones que son diferentes los unos de los otros en función de su ubicación, nivel socioeconómico, cultura, preferencias de compra, estilo, personalidad, capacidad de compra, etc.¹

Para Arellano (2000) la segmentación de mercado es el proceso de analizar el mercado para identificar grupos de consumidores que tienen características comunes con respecto a la satisfacción de necesidades específicas.

De acuerdo con Bygrave y Zacharakis (2008) un segmento es un grupo de clientes definidos por ciertas bases o características comunes tales como geográfica, demografía, psicografía (también llamada características del estilo de vida) o por su comportamiento.

Para que los segmentos de mercado sean útiles a los propósitos de una empresa, deben cumplir con los siguientes requisitos:

¹ Arellano, R (2000) Los estilos de vida en el Perú: Como somos y pensamos los peruanos del siglo XXI. Investigación de marketing.

- Ser medibles: Es decir, que se pueda determinar (de una forma precisa o aproximada) aspectos como tamaño, poder de compra y perfiles de los componentes de cada segmento.
- Ser accesibles: Que se pueda llegar a ellos de forma eficaz con toda la mezcla de mercadotecnia.
- Ser sustanciales: Es decir, que sean lo suficientemente grandes o rentables como para servirlos. Un segmento debe ser el grupo homogéneo más grande posible al que vale la pena dirigirse con un programa de marketing a la medida.
- Ser diferenciales: Un segmento debe ser claramente distinto de otro, de tal manera que responda de una forma particular a las diferentes actividades de marketing.

5.5.1 Utilidad de la segmentación de mercados

De acuerdo a Arellano (2000) la segmentación de mercado permite:

- Conocer y discernir las necesidades de los consumidores, y por tanto, maximizar el nivel de satisfacción de cada segmento.
- Escoger las actividades óptimas de la mezcla de marketing mix de las empresas (estrategias de producto, precio, comunicación y distribución) que convienen mejor a los diferentes segmentos.

5.5.2 Tipos de segmentación de mercados

Según Arellano (2000) existen segmentaciones de dos tipos:

- Segmentaciones generales, que no corresponden específicamente a un tipo de producto como los niveles socioeconómicos o los estilos de vida de una región o de un país.
- Segmentaciones específicas para un producto, una marca o un servicio de cualquier tipo.

5.5.3 Técnicas de segmentación de mercados

Para Arellano (2000) las técnicas de segmentación se pueden resumir en dos grandes tipos:

- Técnicas de segmentaciones inductivas: son las más tradicionales y consisten en escoger una o diversas variables para, a partir de ellas, dividir el mercado. En estos modelos de segmentación se escogen variables que afecten directamente al consumo.
- Técnicas de segmentación deductivas: son más modernas y tal vez más imparciales. En lugar de partir de criterios pre-establecidos, en ella se recoge una cantidad muy amplia de variables de la población de interés.

5.5.4 Variables usadas para la segmentación según Arellano (2000)

- Segmentación geográfica: supone que los consumidores difieren en su comportamiento de consumo de una región geográfica a otra. Estas diferencias pueden ser debidas a diferencias de clima, de población, de lengua, de religión o propias del lugar geográfico.

- Segmentación socio-demográfica: el mercado es segmentado sobre la base de variables tales como la edad, el sexo, la raza, el estado civil, u otras variables similares.
- Segmentación socio-económica: este tipo de segmentación tiene múltiples variantes y van desde aquellas basadas en la profesión o el prestigio social, hasta aquellas basadas únicamente en el ingreso.
- Segmentación psicográfica: se segmenta según las características psicológicas del individuo, tales como el nivel de extroversión, conservadurismo, impulsividad, etc. También podría hablarse según las características culturales, de personas individualistas, familiares, sociales; o de orientadas al futuro, orientadas al presente u orientadas al pasado.
- Segmentación por estilos de vida: corresponde a las actividades, actitudes, opiniones de las personas y describe la manera de vivir de un individuo y un grupo. La mezcla de elementos subjetivos y objetivos en este tipo de segmentaciones hacen que sean más difíciles de efectuar y sus resultados más difíciles de interpretar.

Una descripción rápida de cada estilo de vida puede ser el siguiente de acuerdo a Arellano (2000):

- ✓ Conservadoras: en gran proporción mujeres, fundamentalmente amas de casa, sumamente tradicionales en el consumo y la vida en general.

- ✓ Tradicionales: personas que guardan sus tradiciones rurales o de urbes pequeñas aunque vivan en ciudades grandes. Machistas y poco modernos en su consumo.
- ✓ Progresistas: Inmigrantes de primera o segunda generación, que buscan el progreso y la integración a la ciudad mediante trabajo fuerte y estudio.
- ✓ Sobrevivientes: Personas de muy bajos ingresos, que consumen sólo productos básicos y tienen actitud fatalista frente a la vida. Gran proporción de personas de edad avanzada.
- ✓ Adaptadas: Ciudadinos de varias generaciones que buscan vivir tranquilos en la ciudad en que nacieron. Su preocupación central es un empleo fijo, la familia, el barrio y los amigos.
- ✓ Trabajadoras: Mujeres relativamente jóvenes que superarse ellas y sus familias trabajando dentro y fuera del hogar. Son líderes de opinión para sus pares.
- ✓ Afortunadas: Hombres y mujeres jóvenes con estudios universitarios o de post grado, que tienen altos niveles de consumo de productos y servicios modernos.
- ✓ Emprendedores: Hombres entre 30 y 50 años, profesionales o empresarios relativamente independientes, con ingresos medios, que se sienten satisfechos de sus logros en la vida.

- ✓ Sensoriales: Hombres y mujeres cuya preocupación central son las relaciones sociales y la apariencia. Gastan mucho en vestidos y en productos de consumo suntuario y conspicuo.
- ✓ Segmentación comportamental: reposa sobre variables ligadas al comportamiento de compra de individuos, dando origen a la segmentación por ventajas buscadas en un producto o servicio, la segmentación situacional, basada sobre las ocasiones de compra o de uso, y la segmentación por el grado de fidelidad.

Se pretende segmentar el mercado para de esta manera determinar exactamente cuáles son los gustos, preferencias, necesidades, de los clientes y usuarios del servicio de crédito prendario; en Casa Mazatlán se cuenta con clientes personas naturales y clientes personas jurídicas, cuyas características y necesidades son diferentes, como por ejemplo el monto solicitado para el préstamo debido a la cantidad de joyas presentadas, de esta manera se deben adecuar las tasas de interés, para brindarles una mejor satisfacción del servicio. Las variables que permiten segmentar el mercado para la investigación; es la segmentación socio-demográfica, la socio-económica, y la segmentación psicográfica debido a que el crédito prendario tiene su origen y trascendencia culturalmente donde las joyas eran una forma de ahorrar; a considerar la segmentación comportamental debido a que está ligada al comportamiento de compra, que muchas veces origina la necesidad de un crédito prendario.

III. METODOLOGÍA

3.1 Metodología

De acuerdo Kerlinger (2002) la investigación no experimental es la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o a que son inherentemente no manipulables. Se hacen inferencias sobre las relaciones entre las variables, sin intervención directa sobre la variación simultánea de las variables independiente y dependiente.

3.2 Tipo y diseño de investigación

Este proyecto de investigación es no experimental por que se realiza sin manipular las variables, es decir se observa los fenómenos tal y como están en su ambiente natural para poder analizarlos.

Se tratará de un diseño transversal, ya que la recolección de los datos y la aplicación de los instrumentos que se usarán como medio de recolección de información serán en un solo momento.

La investigación será descriptiva porque busca especificar las características y perfiles importantes de las personas. Se recogerá información de manera independiente sobre las variables referidas.

De acuerdo a Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2003, p. 50) “muy frecuentemente el propósito del investigador es describir situaciones y eventos. Esto es, decir como es y se manifiesta determinado fenómeno. Los estudios descriptivos buscan

especificar las propiedades importantes de personas, grupos, -comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”

3.3 Población, muestra y muestreo

Población

La población de la presente investigación son los clientes de la empresa Casa Mazatlán; para lo cual se realizó un recuento de clientes durante los meses de atención del año 2013.

Tabla 1: Población

Meses	Número de clientes
Enero	5
Febrero	7
Marzo	6
Abril	8
Mayo	8
Junio	10
Julio	8
Agosto	12
Septiembre	16
Octubre	17
Total	97

Fuente: Elaboración propia

Los clientes promedio mensuales serían 10 personas; por lo cual se determina que el promedio de clientes anuales es de 97.

Muestra

Se considera una población finita; y dada la cantidad de clientes se consideró encuestar al total de la población. Para lo cual se determinó cual era la programación de pagos para contactar a cada cliente, ya que de manera mensual se realizan

Muestreo

Se realizó un muestreo estratificado simple, donde se tiene la posibilidad de ser elegido sin distinción. El muestreo de prueba representa al 10% de la muestra.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

- a) **Encuestas:** Las 380 encuestas se aplicarán a la población de Piura, para determinar el volumen de la demanda y los gustos preferencias de la misma.
- b) **Observación:** Mediante esta técnica se evaluará la oferta, donde se determinara las características, el volumen y el flujo de atención.

Instrumentos

- a) **Cuestionario:** Contiene las preguntas que permitieron el estudio de la demanda en cuanto a perfil y volumen; identificando los gustos y preferencias.
- b) **Guía de observación:** Se elaboró una serie de preguntas para ser analizadas en la oferta directa e indirecta.

3.5 Métodos de análisis de datos

Procedimientos de recolección de datos

El procesamiento de recolección de datos permitirá ordenar, clasificar y editar, a través de la matriz de consistencia en la cual se sintetizó la información recogida de las fuentes primarias o secundarias.

En el procedimiento de recolección de datos para determinar la demanda, se aplicará un cuestionario; el cual permitió conocer el perfil y el volumen de la demanda.

Luego por medio de guías de análisis documental:

- a) Se determinó la oferta existente, ya sea con el mismo tipo de servicio o servicio sustituto, donde se identificó la competencia directa o indirecta.
- b) Se determinó el Balance Oferta – Demanda, ya que se realizó una proyección de 5 años de crecimiento poblacional, teniendo como base la tasa de 4.9%, para determinar la demanda proyectada; de igual manera para la oferta y finalmente se restó ambos resultados por año, para establecer el balance.

La tabulación de los datos se realizó a través del programa estadístico SPSS V21, la presentación de los resultados se realizaron por medio de tablas y gráficos con el programa Excel.

IV. RESULTADOS

El contenido del capítulo consta de 03 apartados en referencia a los objetivos de la investigación; cuya finalidad es establecer de qué manera el sistema de créditos prendarios influye en la satisfacción de las necesidades de personas naturales y jurídicas en la ciudad de Piura. Los resultados de la investigación realizada se basaron en realizar previamente una descripción de la empresa en relación a su base legal, historia y descripción de los recursos de la empresa.

Luego se presenta el análisis de la oferta para determinar las características primordiales de la oferta de créditos prendarios, después se determina las características de la demanda para este servicio de créditos prendarios, y finalmente se presenta el nivel de satisfacción en relación del financiamiento de créditos prendarios; mediante los resultados de las encuestas aplicadas a los clientes de Casa Mazatlán en función de los gustos y preferencias de los usuarios de este servicio.

Por último se presenta la discusión de resultados, realizando una comparación de los resultados de la investigación, con los resultados de los antecedentes propuestos y teorías planteadas en el marco teórico, dando fundamento a la investigación.

A continuación se presenta una caracterización de la unidad de análisis, como su marco legal, giro del negocio y su historia; así como una descripción de los recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros con los que cuenta la empresa Casa Mazatlán.

CASA MAZATLÁN

El nombre legal de Casa Mazatlán de acuerdo a su inscripción en SUNAT es Solución Fácil de Sudamérica S.A.C. con RUC. N° 20524393531, con domicilio en la calle Alcanfores N° 495, oficina 505, distrito de Miraflores, provincia y departamento de Lima, debidamente representada por el señor Roberto Aramburo Vázquez, identificado con pasaporte N° G03647621, según poder inscrito en la partida Electrónica N° 12291043 del Registro de Personas Jurídicas de Lima, Regulada por el Decreto Supremo N° 007-2008-TR Que aprueba el texto único ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo del Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleado Decente y su Reglamento Aprobado por Decreto Supremo N° 008-2008-TR.

Casa Mazatlán es una empresa que desempeña una actividad económica dentro del sector Financiero y cuenta con una organización formal y según lineamientos previamente establecidos:

- RUC: N° 20524393531
- Razón Social: Solución Fácil de Sudamérica SAC
- Fecha de inicio de Actividades: 26/05/2011
- Estado del Contribuyente: Activo
- Condición del Contribuyente: Habido.
- Socios: Único (Sr. Roberto Aramburo Vázquez)
- Representante Legal: Sr. Roberto Aramburo Vázquez
- Número de trabajadores: Agencia Piura 2

Casa Mazatlán S.A.C, tiene como giro principal realizar préstamos prendarios y de artículos. La clasificación de la empresa es la siguiente:

- Según su actividad: Financiera
- Según su constitución legal: Empresa.
- Según su forma societaria: Sociedad Anónima Cerrada.
- Según su tamaño, por el número de trabajadores: Pequeña Empresa.
- Según el origen de Capital: Privada
- Según la actividad económica: Prestamos

A continuación se presenta una breve reseña de la historia de Casa Mazatlán. En Mazatlán, Sinaloa tenemos conocimiento que desde principios del siglo XIX existían Montepíos o Casas de préstamos, siendo el más conocido el denominado “Monte de Piedad” cuyo fundador y propietario es el Sr. Don Vicente López Portillo, quien debió cerrarla después de un tiempo. Posteriormente se abrió otra Casa de Empeño con la misma denominación siendo su propietario el Sr. Don Alberto Buezo y para hacerle competencia se abrió el montepío denominado ‘El Huracán’, en 1930 siendo sus propietarios las Sra. Doña Guadalupe Medrano, Sr. Don Ricardo Medrano y el Sr. Don Manuel Guardado; tiempo después se abrió el ‘Nuevo Huracán’ en 1952 siendo su propietario el Sr. Don Crescencio Medrano y para 1965 abre el Montepío ‘El Globo’.

Ya para 1983 solamente existían dos montepíos, el denominado ‘La Casa del Pueblo’ y el más antiguo ‘El Huracán’ suscitándose un lamentable asalto al montepío “La Casa del Pueblo’ por lo cual y debido al quebranto que existía, desaparecieron estas dos

casas de empeño. Fue en el año 1985 y debido a la necesidad de la población por tener un montepío que nació 'Casa Mazatlán', en el mes de septiembre. Nuestra primera sucursal y que con el tiempo se convirtió en nuestra matriz, se encuentra en el famoso y popular centro de Mazatlán sobre la calle Melchor Ocampo No. 607 y en medio del ruido generado por los camiones y pulmonías (taxis descubiertos muy famosos en Mazatlán) atendía el Sr. Don Rafaelito Carvajal que se ha convertido, a lo largo del tiempo, en el maestro de varias generaciones de valuadores de joyería dentro de "Casa Mazatlán".

Probablemente, por el carácter bonachón de Don Rafaelito, "Casa Mazatlán" fue ganándose la confianza y simpatía de la gente del pueblo, la cual fue acrecentándose con el transcurso del tiempo y ha convertido a "Casa Mazatlán" en el líder indiscutible en la ciudad de Mazatlán. Hoy después de 27 años de existencia, crecimiento y experiencia "Casa Mazatlán" se encuentra prácticamente en todo el territorio nacional, y el extranjero con más de 550 sucursales, donde ustedes recibirán el mismo trato y servicio que nos ha caracterizado desde aquel ya lejano 1985.

Casa Mazatlán Piura

Desde Noviembre del 2011; Casa Mazatlán se instaló en la ciudad de Piura, ubicando en el Jr. Ica N° 411 en todo el centro de la ciudad. Teniendo como administradora a la Srta. Denisse De la Rosa Acaro y brindando sus servicios siguiendo el know how de la sede principal.

Los tipos de créditos que ofrece Casa Mazatlán son con garantías de joyas de oro, plata y artículos.

Las características resaltantes de los créditos se resumen en:

- Los montos para joyas de 18 quilates ofrecen S/. 70.00 el gramo, para artículos el monto depende de las condiciones del mismo y dependiendo el modelo y marca.
- Como requisitos documento de identidad ó carnet de extranjería y una joya de oro a partir de un gramo.
- Las tasas de interés para clientes preferenciales son de: 2.83% y 4.96%, para clientes nuevos la tasa que se ofrece es de 6.37%.
- En caso de los artículos la tasa es de 11.68%
- La cobranza es mensual y renovable, con posibilidad de refinanciarlo por 30 días más.

Descripción de Recursos:

A. Recursos Humanos

Casa Mazatlán cuenta con dos encargadas en cada agencia, Las cuales desempeñaran sus funciones que se les asigne en cualquiera de las agencias, ya sea de forma diaria, semanal, mensual o eventual, según lo indique la gerencia, para lo cual se deben desarrollar las labores siguientes:

- Desarrollar las labores de cajera de agencia en cualquiera de los locales que la empresa determine, a nivel nacional.
- Atender al cliente de una forma amable, estando a su disposición ante cualquier consulta o servicio.
- Solamente en casos autorizados por la agencia, podrá abrir y cerrar la puerta de la agencia así como activar o desactivar las alarmas al abrir y cerrar la agencia.

- Solamente en casos autorizados por la gerencia, podrá abrir y cerrar la caja fuerte, bajo responsabilidad.
- Promover las colocaciones de créditos pignoratícios.
- Efectuar la tasación de las joyas y supervisar las colocaciones pignoraticias.
- Verificar el mejor control de los contratos debidamente guardados y custodiados.
- Realizar el cuadro al cierre de operaciones e informar de faltantes y/o sobrantes.
- Verificar el correcto orden de los archivos.
- Informar al jefe de agencia sobre la situación de los servicios que se prestan y proponer mejoras que a su juicio sean necesarias para el desarrollo de las operaciones.
- Reportar diariamente los datos del cierre de operaciones al jefe de operaciones o al gerente de operaciones.
- Asegurarse que los datos que dicte sobre el cierre de operaciones cuadren correctamente.
- Racionalizar el uso de los recursos disponibles.
- Cumplir con las tareas asignadas dentro de ámbito de su competencia.

B. Recursos materiales

Casa Mazatlán cuenta con 550 sucursales a nivel mundial; entre las cuáles Casa Mazatlán Piura es una de las últimas sucursales instaladas, su infraestructura es de material noble de espacio significativo de 50 m², cuenta con cristales y puertas blindadas y

eléctricas lo que garantizaba la seguridad de la agencia y sus prendas, cuenta con ventiladores en el salón de espera, con tres sillas y una mesa.

C. Recursos tecnológicos

Los recursos tecnológicos con que se cuenta en la oficina Casa Mazatlán Piura, se detalla lo siguiente:

- 02 computadores HP, con monitor plasma
- 02 impresoras
- 01 fotocopidora
- 01 Balanza electrónica
- 01 Aire acondicionado
- 01 Bóveda
- 01 Puerta eléctrica

Además se cuenta con internet, e intranet lo que permite mantener a las dos computadoras interconectadas, además se tiene sistemas de alarmas de seguridad con código rojo y seguridad para las prendas con Prosegur.

D. Recursos financieros

Casa Mazatlán es una entidad no regulada por la SBS, cuenta con respaldo financiero internacional de la misma empresa mexicana. Casa Mazatlán Piura no presenta balances ni reportes financieros; la sede central de Lima es la encargada de reportar a su central en México; la sede de Piura envía los reportes de contratos de la totalidad de sus clientes; incluso los reportes de remates de joyas o electrodomésticos son enviados a Lima. Por lo tanto al no realizar la sede de Piura y no estar obligada a emitir reportes financieros no se cuenta con el balance general ni los estados de resultados de la gestión.

4.1. Determinar las características de la oferta de créditos prendarios en la ciudad de Piura

Para analizar la oferta es necesario hacer una investigación de campo en la cual se analiza a la competencia para conocer de mejor manera sus ventajas.

La oferta para créditos prendarios en la ciudad de Piura, está constituida por 05 empresas que son la competencia directa de Casa Mazatlán a continuación se detallan:

- Inversiones la cruz
- Caja Piura
- Inka cash
- Don préstamo
- Caja Trujillo

Para la caracterización de la oferta, se tuvo en cuenta la información relacionada a todo lo relacionado a crédito prendario como:

- Tipos de créditos
- Montos
- Solicitud accesibilidad
- Tasas de interés
- Cobranza

Además se describe los recursos con que cuenta cada entidad, en relación con el recurso humano se tomó en cuenta el número de personal y las capacitaciones, los recursos materiales tangibles se consideró el número de oficinas en la ciudad, la infraestructura de las oficinas, la capacidad de aforo, el amoblado para la atención; en cuanto a los recursos

tecnológicos se considera todo lo necesario para realizar sus actividades y procesos diarios y en el recurso financiero, se considera el respaldo financiero o en todo caso sus reportes financieros, según sea el caso.

4.1.1 INVERSIONES LA CRUZ

Inversiones La Cruz es una empresa peruana especializada en el otorgamiento de préstamos prendarios con base en joyas, automóviles y en todo tipo de artículos, así como en micro préstamos para la pequeña y mediana empresa, contando con la mayor cobertura del mercado en nuestro rubro, con 59 agencias interconectadas a nivel nacional, dedicadas a brindar el financiamiento más conveniente y el mejor servicio a nuestros clientes.

Inversiones la Cruz inició sus operaciones el 16 de mayo del 1996 en un pequeño local ubicado en la cuadra 11 de la avenida Larco, en Miraflores. Posteriormente, a fines del año 1997 se abre un segundo local en el distrito de San Borja, en la avenida Aviación, ya en el año 1998 apuesta por la expansión geográfica y durante este año inician operaciones los locales de Surco, Pardo, Magdalena, Breña, San Miguel, Lima y Lince. Sin embargo, el año termina sólo con 8 agencias pues la agencia de Pardo dejó de operar en ese mismo año. En 1999, y continuando con la estrategia de expansión, inician sus operaciones las agencias de Barranco, Callao, Chorrillos, Los Olivos, San Juan de Miraflores y La Victoria, con el objetivo de abarcar cada vez más distritos en los cuales poder ofrecer su servicio.

Durante el año 2000 se decidió mantener el número de 14 agencias en Lima y Callao para consolidar las operaciones de las mismas, ese mismo año se inaugura una amplia y funcional Sede Administrativa en San Isidro. En el año 2001, se decidió cerrar en el mes de septiembre la agencia de San Juan de Miraflores, esto por el poco movimiento

que venía registrando ese distrito y en el mes de octubre se inauguró el local de La Molina. Para el año 2002 se enfocó a brindar un servicio al cliente acorde con las exigencias del mercado para ello se modificó el sistema de préstamos además de la incorporación de nuevos funcionarios y empleados de primer nivel, así como de la realización de promociones y sorteos; los resultados obtenidos fueron buenos aunque no como se planificó en un inicio. Ese año se inauguraron 03 nuevas agencias: Jesús María, San Isidro y Pueblo Libre. También ese año se cerró la Agencia de Lima y San Isidro. En septiembre se inaugura la agencia de Zarate, en octubre Rimac y San Martín, y en diciembre Chacarilla, Surquillo, Minka y Comas.

A inicios del año 2003 se inauguran las agencias de Ate, Chosica, Molina 2 y Encalada; y se inició un el Proyecto de Implementación del Sistema de Calidad ISO 9001 que busca la mejora de todos los procesos de la empresa y que dará progresivamente el incremento en la participación del mercado, mejoras en los indicadores de gestión de la empresa, etc.

Según la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV); la Entidad de Desarrollo para la Pequeña y Microempresa Inversiones La Cruz S.A. – Edpyme Inversiones La Cruz, es la quinta empresa en ingresar al Mercado Alternativo de Valores – MAV en busca de financiamiento, luego de haber culminado, el proceso de inscripción de su Programa de Instrumentos de Corto Plazo (ICP) hasta por un monto de 25 millones de Nuevos Soles.

Dicha empresa, autorizada a operar por la SBS a partir de mayo de 2012, tiene como sus principales productos financieros el otorgamiento de créditos para la pequeña y microempresa, así como créditos pignoratícios (con garantía, preferentemente en joyas o

bienes) al público en general, y mantiene un rol significativo en el segmento microfinanciero nacional. Para el año 2012 se Precisan en la Res. N° 1811-2011 en lo referente a la dirección de oficina principal de la EDPYME Inversiones La Cruz S.A. RESOLUCIÓN SBS N° 2554-2012.

La descripción legal de la empresa Inversiones La Cruz es la siguiente:

- **RUC:** 20538763072
- **Razón Social:** ENTIDAD DE DESARROLLO A LA PEQUEÑA Y MICRO EMPRESA INVERSIONES LA CRUZ S.A. - EDPYME INVERSIONES LA
- **Nombre Comercial:** Edpyme Inversiones la Cruz
- **Tipo Empresa:** Sociedad Anonima
- **Condición:** Activo
- **Fecha Inicio Actividades:** 11 / Enero / 2011
- **Actividad Comercial:** Otros Tipos de Intermediación Financiera
- **CIU:** 65994

Edpyme Inversiones La Cruz en Piura, se ubica en la Calle Libertad N° 730, su número de teléfono es 073 – 333936, contando con un horario de atención de Lunes a Viernes de 08:30 am a 07:00pm; y los días Sábado de 09:00am a 05:00pm.

Tipos de créditos:

Sobre Joyas de Oro

1. Préstamos con Garantías de Joyas de Oro: Pigno Clásico

Beneficios

- Préstamo fácil y rápido.
- Préstamos en nuevos soles.
- Préstamos a 30 días con la posibilidad de renovarlo las veces que crea conveniente.
- Puede realizar los pagos antes de la fecha de vencimiento, con el correspondiente cobro de los intereses a la fecha de pago.
- Cuenta con la más amplia red de agencias a nivel nacional para realizar sus pagos con total comodidad.

Requisitos

El cliente debe presentar:

- Documento de identidad vigente ó carnet de extranjería.
- Como mínimo, una joya de oro la cual pasará por un proceso de tasación

Montos

a1) PIGNOCLASICO

- Hasta S/. 3,000.00 332.53% Sujeto a evaluación
- De S/. 3,000.01 a S/. 4,000.00 249.85% - 332.53% Sujeto a evaluación
- De S/. 4,000.01 a S/. 6,000.00 213.84% - 332.53% Sujeto a evaluación
- De S/. 6,000.01 a S/. 7,000.00 181.27% - 332.53% Sujeto a evaluación
- De S/. 7,000.01 a S/. 8,000.00 151.82% - 332.53% Sujeto a evaluación
- De S/. 8,000.01 a S/. 9,000.00 125.22% - 332.53% Sujeto a evaluación
- De S/. 9,000.01 a más 112.91% - 332.53% Sujeto a evaluación

2. Préstamo con Joyas como Medio de Pago : Prenda cuota

El Producto Préstamo Prendario Joyas con pago en cuotas PRENDACUOTA es una modalidad de préstamo que tiene como objetivo brindar a nuestro público la facilidad de poner en garantía su joya con el atributo de realizar el pago de su préstamo en cuotas, otorgándose mayores facilidades para el pago del préstamo.

Esta modalidad de préstamo se otorga previa calificación del solicitante de acuerdo a las Políticas establecidas por la empresa:

- Préstamos en soles y desde S/. 300.00 nuevos soles.
- Puedes elegir pagar el préstamo en 8, 12, 18, 24 ó 36 cuotas mensuales.
- Préstamo con tasas preferenciales.

Beneficios

- Puede hacer los pagos en cuotas fijas por el plazo del préstamo que el cliente elija. Para ello, puede optar por vencimientos cada 30 días calendario o elegir el día de pago que más se acomode a sus posibilidades. Podrá elegir pagar los 5, 15 ó 25 de cada mes, siempre que no exceda los 30 días desde la fecha de su préstamo.
- En cualquier momento el cliente puede realizar cancelación del préstamo sin ninguna penalidad.

Requisitos

El cliente debe presentar:

- Documento de identidad vigente o carnet de extranjería.
- Como mínimo, una joya de oro la cual pasará por un proceso de tasación.

Montos

a2) PRENDACUOTA

- Hasta S/. 3,000.00 TEA 220.76% Sujeto a evaluación
- De S/. 3,000.01 a S/. 6,000.00 TEA 166.17% Sujeto a evaluación
- De S/. 6,000.01 a más TEA 90.12% Sujeto a evaluación

Sobre electrodomésticos o artefactos u artículos de valor

3. Préstamos con garantía de artículos Prenda Todo

Beneficios

- Préstamo fácil, rápido y seguro.
- Préstamos en nuevos soles.
- Préstamos a 30 días.
- Puede realizar los pagos antes de la fecha de vencimiento, con el correspondiente cobro de los intereses a la fecha de pago.
- Cuenta con la más amplia red de agencias a nivel nacional para realizar sus pagos con total comodidad.
- Custodiamos sus artículos dejados en garantía en nuestros almacenes con total seguridad.

Requisitos

El cliente debe presentar:

- Documento de identidad vigente ó carnet de extranjería.

- Como mínimo, un artículo de valor el cual pasará por un proceso de tasación.

El desembolso del crédito se encuentra sujeto a la evaluación y aprobación de la garantía mobiliaria sobre artículo de valor, la cual se realiza de acuerdo a las Políticas establecidas por la empresa

Montos

- De S/. 100 a más 332.53% Sujeto a evaluación de la garantía

Recursos Humanos:

En cuanto al Recurso Humano, se determinó que existen en el área administrativa 05 personas laborando: 04 cajeras y 01 administradora. Además se cuenta con un personal de seguridad, y 2 personas encargadas de limpieza.

El personal administrativo recibe capacitaciones cada 06 meses, en la cual se envía una de las cajeras a Lima a recibir la capacitación, para que luego a su regreso retroalimente al demás personal; en la otra capacitación va otra persona.

Recursos Materiales:

En la actualidad existen 04 oficinas en la ciudad de Piura, 03 de las cuales están ubicadas en el centro de la ciudad, alrededores y en la Plaza de Armas; y 01 oficina está ubicada cerca al Mercado Modelo de Piura, en la Avenida Sánchez Cerro.

Las oficinas son de material noble, aproximadamente con una capacidad de aforo de 20 personas, cuentan con 4 módulos de atención en promedio por oficina, y sillas de espera tipo tándem; cuentan con un dispensador de agua para disposición de los clientes.

Recursos Tecnológicos

Cuentan con un promedio de 04 equipos de cómputos interconectadas con todas las agencias, sistemas de alarmas de seguridad de Prosegur, y una bóveda general por oficina.

Recursos Financieros

Edpyme Inversiones La Cruz S.A.	
Balance General (PEN Miles)	Jun-14
Disponible	5,429
Fondos interbancarios	0
Inversiones netas de provisiones e ingresos no dev.	0
Créditos netos de provisiones e ingresos no dev.	72,962
Vigentes	75,811
Préstamos	12,386
Otros	63,425
Refinanciados y Reestructurados	902
Atrasados	2,890
Vencidos	2,890
En cobranza judicial	0
Provisiones	-6,638
Total activo	105,311
Obligaciones con el público	3
Adeudos y obligaciones financieras	46,547
Obligaciones en circulación no subordinadas	0
Total pasivo	52,478
Patrimonio	52,833
Total pasivo y patrimonio	105,311
Estado de Resultados (PEN Miles)	
Ingresos financieros	39,371
Gastos financieros	2,563
Utilidad financiera bruto	36,809
Provisiones para incobrabilidad de créditos	1,162
Utilidad financiera neto	35,647
Gastos administrativos	25,178
Utilidad operacional neto	10,836
Provisiones, depreciación y amortización	644
Otros ingresos y gastos	-2,132
Utilidad (pérdida) neta	5,558

Fuente: Pacific Credit Rating (2014)

4.1.2 CAJA PIURA

La Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Piura (CMAC Piura) es una entidad financiera dedicada a operaciones múltiples, creada para fomentar el desarrollo de la pequeña y mediana empresa, siendo su principal zona de influencia el norte del país.

Actualmente La Caja cuenta con 109 agencias distribuidas a nivel nacional, tiene como único accionista a la Municipalidad Provincial de Piura, lo que limita su capacidad de fortalecimiento patrimonial a la capitalización de un porcentaje de las utilidades de cada ejercicio.

Descripción de la Empresa.

La CMAC Piura se constituyó el 4 de noviembre de 1981 y fue autorizada mediante Decreto Supremo N° 248-81, iniciando sus operaciones, el 4 de enero de 1982. La Caja se originó como una institución de intermediación financiera especializada en microfinanzas, con la finalidad de descentralizar el sistema financiero, fomentar el ahorro y otorgar créditos a familias y a pequeños y micro empresarios que normalmente no tenían acceso a la banca tradicional en su zona de influencia, originalmente en zonas ubicadas en las cercanías de la ciudad de Piura.

En el año 2006, CMAC Piura adquirió la propiedad de 100% del accionariado de la Caja Rural San Martín, iniciando posteriormente proceso de fusión por absorción, que fue autorizado mediante Resolución SBS N° 352-2008, de fecha 20 de febrero de 2008, la que se concretó en marzo del mismo año.

Tipos de créditos:

- **Créditos empresariales:**
 - Pymes
 - Agropecuario
 - Pesquero
 - Panderito
 - Micro crédito al toque
 - Campaña
 - Capigas
- **Créditos de consumo:**
 - Descuento por planilla
 - Para independientes
 - Garantía plazo fijo
 - Prendario

Crédito prendario

Beneficios

- Sus pagos los puede realizar en cualquiera de nuestros canales de atención.
- Tasa de interés competitivo a las del mercado.
- Atención inmediata, personalizada y asesoramiento permanente.
- Se otorga hasta el 60% del valor de la tasación.

Características

- Crédito de consumo que se otorga por el empeño de alhajas de oro.
- Financia necesidades económicas urgentes.
- Rápido y oportuno.
- Se otorga en moneda nacional.

- Plazos: 30, 60 y 90 días.
- Se renueva pagando por lo menos los intereses generados a la fecha de pago.
- El monto máximo del crédito es el 60% del valor de tasación.

Requisitos

- Ser persona natural mayor de edad.
- Presentar original y copia de DNI.
- Estar 100% normal en el sistema financiero.

Garantía

- Llevar por lo menos 1gr. de oro

Tasa de interés:

- El interés es de 79.59% con una tasa de interés moratoria de 101.22%.
- Dependiendo del monto y del tipo de préstamo.

Valor de Tasación del Oro

Kilates	S/.
21	140.00
18	120.00
16	104.00
14	75.00
12	54.00
10	37.50

Fuente: Pagina Web CMAC – Piura.

Cobranza:

Es mensual la cobranza y renovable, con la posibilidad de extenderlo 30 días más y además de otras opciones.

Recursos Humanos:

Para el desarrollo de sus operaciones CAJA PIURA cuenta con 2,499 colaboradores, los mismos que se encuentran sujetos al régimen laboral de la actividad privada, de los cuales el 88.39% son profesionales universitarios. En la oficina de Piura aproximadamente existen 150 trabajadores.

La Caja Municipal de Piura, brinda a sus colaboradores, múltiples opciones de desarrollo profesional, para mantenerlos motivados y capacitados.

Se les da la opción de contar con Diplomados de la Universidad de Piura o la Universidad Nacional de Piura; además se les brinda Programas de Inducción y Entrenamiento para el personal nuevo; con cursos y charlas de expositores internos en relación a temas como:

- Filosofía de Cajas
- Sistema Financiero Peruano y las Cajas Municipales
- Estrategias de la CMAC PIURA
- Herramientas Financieras
- Evaluación de Créditos Pymes
- Análisis de Estados Financieros y Flujos.
- Normas y Procedimientos internos; etc.

Así también cursos con expositores externos como:

- Gestión efectiva de Cobranzas

- Prevención de lavado de Activos
- Técnicas de atención al cliente
- Ética y Valores
- Negociaciones efectivas
- Motivación
- Detección de Billetes y Monedas

Recursos Materiales:

La Caja Piura cuenta con una oficina principal y red de 105 agencias y oficinas interconectadas, se encuentran ubicadas en 22 departamentos a nivel nacional. En el departamento de Piura existen 19 oficinas, y en la provincia de Piura existen 03 agencias.

Todas las oficinas son de material noble, con un amplio espacio, y gran ventilación, cuentan con aire acondicionado y buena distribución de ambientes, cuentan con sillas tándem.

La Capacidad de las agencias varías según la ubicación pero cuentan con un aforo promedio entre 25 a 70 personas.

Recursos Tecnológicos:

Cuentan con un promedio de 20 a 30 equipos de cómputos por oficina; agencias interconectadas entre sí, sistemas de alarmas, cámaras de seguridad y vigilancia privada.

Recurso Financiero:

**BALANCE GENERAL CAJA PIURA
AL 31 DE OCTUBRE DE 2014
EN MILES DE SOLES**

Activo	CMAC Piura		
	MN	ME	TOTAL
DISPONIBLE	477 005	259 179	736 184
Caja	74 515	13 682	88 196
Bancos y Corresponsales	402 465	236 442	638 907
Canje	-	-	-
Otros	25	9 055	9 080
FONDOS INTERBANCARIOS	-	-	-
INVERSIONES NETAS DE PROVISIONES	8 707	1 815	10 522
Inversiones a Valor Razonable con Cambios en Resultados	-	-	-
Inversiones Disponibles para la Venta	2 265	-	2 265
Inversiones a Vencimiento	1 187	1 815	3 002
Inversiones en Subsidiarias, Asociadas y Negocios Conjuntos	5 255	-	5 255
Provisiones	-	-	-
CRÉDITOS NETOS DE PROVISIONES Y DE INGRESOS NO DEVENGADOS	1 630 822	165 447	1 796 268
Vigentes*	1 624 600	157 809	1 782 409
Descuentos	-	-	-
Factoring	-	-	-
Préstamos	1 601 422	157 770	1 759 192
Arrendamiento Financiero	-	-	-
Hipotecarios para Vivienda	6 024	39	6 063
Créditos por Liquidar	-	-	-
Otros	17 154	-	17 154
Refinanciados y Reestructurados*	35 536	13 034	48 570
Atrasados*	133 837	7 277	141 114
Vencidos	45 426	2 163	47 590
En Cobranza Judicial	88 410	5 114	93 524
Provisiones	(160 768)	(11 423)	(172 192)
Intereses y Comisiones no Devengados	(2 382)	(1 250)	(3 633)
CUENTAS POR COBRAR NETAS DE PROVISIONES	1 025	94	1 118
RENDIMIENTOS POR COBRAR	29 009	5 905	34 914
Disponible	29	50	78
Fondos Interbancarios	-	-	-
Inversiones	-	-	-
Créditos	28 980	5 855	34 835
Cuentas por Cobrar	-	-	-
BIENES REALIZABLES, RECIBIDOS EN PAGO Y ADJUDICADOS NETOS	6 928	-	6 928
INMUEBLE, MOBILIARIO Y EQUIPO NETO	94 161	-	94 161
OTROS ACTIVOS	29 128	740	29 868
TOTAL ACTIVO	2 276 784	433 178	2 709 962

Tipo de Cambio Contable: S/. 2.921

* A partir de enero de 2013, los saldos de créditos vigentes, reestructurados, refinanciados, vencidos y en cobranza judicial, se encuentran neteados de los ingresos no devengados por arrendamiento financiero y lease-back.

Fuente: CMAC PIURA (2014)

Pasivo	CMAC Piura		
	MN	ME	TOTAL
OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO	1 832 069	408 396	2 240 465
Depósitos a la Vista	-	-	-
Depósitos de Ahorro	457 409	46 596	504 005
Depósitos a Plazo	1 314 782	349 845	1 664 627
Certificados Bancarios y de Depósitos	-	-	-
Cuentas a Plazo	1 030 109	276 828	1 306 936
C.T.S.	284 673	73 018	357 691
Otros	-	-	-
Depósitos Restringidos	59 445	11 894	71 339
Otras Obligaciones	433	62	494
A la Vista	433	62	494
Relacionadas con Inversiones	-	-	-
DEPÓSITOS DEL SISTEMA FINANCIERO Y ORGANISMOS INTERNACIONALES	674	2	676
Depósitos de Ahorro	674	2	676
Depósitos a Plazo	-	-	-
FONDOS INTERBANCARIOS	-	-	-
ADEUDOS Y OBLIGACIONES FINANCIERAS	35 289	4 725	40 014
Instituciones del País	35 289	4 725	40 014
Instituciones del Exterior y Organismos Internacionales	-	-	-
OBLIGACIONES EN CIRCULACIÓN NO SUBORDINADAS	-	-	-
Bonos de Arrendamiento Financiero	-	-	-
Instrumentos Hipotecarios	-	-	-
Otros Instrumentos de Deuda	-	-	-
CUENTAS POR PAGAR	15 580	6 106	21 686
INTERESES Y OTROS GASTOS POR PAGAR	62 249	12 864	75 113
Obligaciones con el Público	62 035	12 153	74 188
Depósitos del Sistema Financiero y Organismos Internacionales	-	-	-
Fondos Interbancarios	-	-	-
Adeudos y Obligaciones Financieras	214	711	925
Obligaciones en Circulación no Subordinadas	-	-	-
Cuentas por Pagar	-	-	-
OTROS PASIVOS	18 145	1 521	19 666
PROVISIONES	1 572	-	1 572
Créditos Indirectos	0	-	0
Otras Provisiones	1 571	-	1 571
OBLIGACIONES EN CIRCULACIÓN SUBORDINADAS ^{1/}	-	-	-
TOTAL PASIVO	1 965 577	433 615	2 399 192
PATRIMONIO	310 770	-	310 770
Capital Social	246 230	-	246 230
Capital Adicional	-	-	-
Reservas	33 937	-	33 937
Ajustes al Patrimonio	-	-	-
Resultados Acumulados	-	-	-
Resultado Neto del Ejercicio	30 603	-	30 603
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	2 276 347	433 615	2 709 962
CONTINGENTES	27 337	2 852	30 190
Avales, Cartas Fianza, Cartas de Crédito y Aceptaciones Bancarias	15	-	15
Lineas de Crédito no Utilizadas y Créditos Concedidos no Desembolsados	19 060	2 852	21 912
Instrumentos Financieros Derivados	-	-	-
Otras Cuentas Contingentes	8 262	-	8 262

Tipo de Cambio Contable: S/. 2.921

1/ Incluye gastos devengados por pagar.

Fuente: CMAC PIURA (2014)

4.1.3 INKACASH

InkaCash es una empresa perteneciente a la empresa A. Serviban S.A, la cual es el primer representante autorizado de Western Unión en el Perú desde 1992; y posee una red de más de 600 agencias a nivel nacional. En el 2005 decidió abrir una sucursal en Chiclayo ofreciendo el servicio de Crédito Pignoraticio, bajo el nombre de INKA CASH S.A.C teniendo un crecimiento representativo.

La descripción legal de la empresa INKA CASH S.A.C es la siguiente:

- **RUC:** 20511600023
- **Razón Social:** INKA CASH SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
- **Página Web:** <http://www.inkacash.com>
- **Nombre Comercial:** Inka Cash
- **Tipo Empresa:** Sociedad Anónima Cerrada
- **Condición:** Activo
- **Fecha Inicio Actividades:** 22 / Septiembre / 2005
- **Actividad Comercial:** Otros Tipos Intermediación Monetaria.
- **CIU:** 65197

INKA CASH, Agencia – Piura se encuentra ubicada en Calle Libertad N° 598 – Tienda 101, contando con un horario de atención de Lunes a Viernes de 09:00 am a 07:00pm; y los días Sábado de 09:00am a 03:00pm.

Tipo de crédito.

El producto principal de INKA CASH es el crédito pignotario, denominado Cashito, consiste en otorgar préstamos en Nuevos Soles, con garantía en prendas de oro de 18 kilates.

Beneficios

- No se cobran gastos adicionales, solamente las tasas de interés.
- Prestamos desde un gramo de oro.
- Renovación automática de contrato con sólo pago de intereses.
- Seguro contra robo o pérdida.
- Accesibilidad rápida y de fácil tramite.

Requisitos

- Presentar original y copia de DNI.
- Sin necesidad de aval.
- Joya de oro desde un gramo de oro.

Tasa de interés

- Una tasa de interés mensual de 9.91% Inc. IGV para el crédito clásico.
- Tasa de interés de 5.95% Inc. IGV para el crédito preferente.

Montos

- Para prendas: es de S/.113.10 por gramos
- La cotización de su joya va a depender inicialmente del precio por gramo de oro que se maneje en ese momento, posteriormente el precio del gramo de

oro puede tener una cotización mayor al ser evaluado de acuerdo a algunos factores como la puntualidad y antigüedad como cliente.

Cobranza

El contrato vence según el plazo elegido. En caso de no poder cancelar el total de la deuda, tiene la alternativa de renovar automáticamente su contrato, con sólo pagar los intereses. Es decir con sólo pagar los intereses del mes, INKA CASH le da la posibilidad de renovar su contrato por 15, 30, 45 o 60 días más, según su elección, las veces que usted necesite.

Recursos Humanos

En la única oficina de Piura, existen 03 personas laborando; 02 en atención al cliente en ventanilla y 01 como administradora.

Se brinda capacitaciones a la administradora de forma anual, una semana quedándose como encargada una de las personas de atención al cliente.

Recursos Materiales

Actualmente existen agencias en Trujillo, Chiclayo, Piura, Sullana, Chimbote, Cuzco y Iquitos. Se cuenta con más de 25 agencias a nivel nacional.

En la ciudad de Piura solo cuentan con 01 agencia, de dimensiones aproximadas de 3 x 5 m², por lo que el espacio es pequeño contando con dos sillas tandem de 04, tres ventanillas, y con un aforo de 10 personas.

Recursos Tecnológicos

Cuentan con un promedio de 6 equipos de cómputos interconectadas entre sí, sistemas de alarmas, cámaras de seguridad. La protección de los valores se realiza en una

bóveda pequeña en la parte posterior. El traslado de valores se realiza con el porta valores PROSEGUR.

Recursos Financieros.

Inka Cash al no pertenecer al Sistema Financiero, no están obligados a presentar a la SBS sus estados de resultados y el balance general; ya que este ente no los supervisa. Por otro lado no se pudo recabar información de la empresa, en cuanto a sus recursos financieros, simplemente se pudo saber que forman parte del Grupo A. Serviban.

4.1.4 DON PRESTAMO

Don Préstamo inició sus operaciones en febrero del 2011, pertenecemos al grupo corporativo de Total Artefactos S.A. denominado LFLP HOLDINGS LLC , operadora de las tiendas La Curacao y TFC Financiera entre más de 12 empresas. Don Préstamo es una empresa formada por un grupo de profesionales con una extensa experiencia en el sector financiero. Don Préstamo fue formado para cubrir la demanda de créditos rápidos y necesidades inmediatas de dinero de los clientes.

La descripción legal de la empresa Don Préstamo es la siguiente:

- **RUC:** 20392471945
- **Razón Social:** DON PRESTAMO S.R.L.
- **Página Web:** <http://www.donprestamo.com.pe>
- **Tipo Empresa:** Soc.Com.Respons. Ltda
- **Condición:** Activo

- **Fecha Inicio Actividades:** 22 / Febrero / 2011
- **Actividad Comercial:** Otros Tipos Intermediacion Monetaria.
- **CIIU:** 65197

Don Préstamo, cuenta con 09 agencias en la ciudad de Lima, y 03 agencias en provincias, ubicadas en Trujillo, Piura y Sullana. La agencia Piura se encuentra ubicada en la Av. Grau N° 402, con Teléfono: 073 – 480282; cuyo horario de atención es de Lunes a Viernes de 10:00am a 2:00pm y de 3:00pm. a 8:00pm. Y los días Sábados de 10:00am. a 3:00pm.

Tipos de créditos.

- Préstamo prendario: Denominado “Don Oro”
- Prestamos con artefactos
- Préstamo prendario: Denominado “Don Oro”

Beneficios

- Alta cotización por gramo de oro
- Una tasa de interés justa, para tu bolsillo, por debajo de la competencia.
- Seguridad y confianza de pertenecer al grupo de La Curacao.
- Préstamo listo en 10 minutos
- Resguardo de tus joyas con la empresa Hermes Transporte Blindados S.A.
- Préstamos con artefactos electrodomésticos: Denominado “Electro cash”

Beneficios

- Excelente cotización por tu electrodoméstico.
- Máxima seguridad para tu electrodoméstico.

- Atención Personalizada y horarios extendidos.

Requisitos

- D.N.I. (Documento Nacional de Identidad).
- Joya de oro 14kt ó 18kt.
- Electrodomésticos en buen estado.

Montos:

- Para prendas y joyas: es de S/.75.00 hasta S/. 125.00 por gramos
- Para artefactos: depende de la calidad o estado del mismo.

Tasa de interés:

- El interés tiene una tasa efectiva mensual que va desde 5.5% hasta 11.50%.

La tasa de 5.5% se aplica a montos mayores de S/.6000.00

Cobranza:

Préstamos a 30 días con la posibilidad de renovarlo las veces que crea conveniente.

El contrato vence a los 30 días de efectuado el préstamo. En caso de no contar con la liquidez necesaria para cancelar su deuda total (monto prestado más intereses y gastos vinculados) o amortizarla, usted podrá renovar su contrato pagando como mínimo los intereses y gastos. De esta forma, su contrato quedará renovado automáticamente por 30 días más y así sucesivamente. De forma tal que usted decide el plazo total de su préstamo y lo adecua a su disponibilidad de efectivo.

Recursos Humanos

En la oficina de Piura, cuentan con 02 personas, 01 persona encargada de la administración y 01 persona encargada de atención al cliente.

Se realizan dos capacitaciones al año, generalmente en los meses de junio y noviembre, donde se turnan las colaboradoras para ir a las capacitaciones

Recursos Materiales

La agencia Piura, se ubica dentro de la agencia CURACAO, con un área de 3 x 2.5 m2, siendo de material noble, con aire acondicionado y una silla tándem de 03 personas para la espera, 2 sillas giratorias, para los clientes en el módulo. El aforo máximo es de 5 personas.

Recursos Tecnológicos.

Cuentan con un promedio de 3 equipos de cómputos interconectadas entre sí, sistemas de alarmas y cámaras de seguridad. Cuentan con una bóveda pequeña, y un estante de exposición de productos arrendados. Hermes es el portavalores encargado del resguardo de las prendas y electrodomésticos.

Recursos Financieros

Don Préstamo tampoco tiene la obligación de reportar sus resultados económicos a la SBS, por lo tanto no se pudo conseguir un reporte financiero. Se pudo determinar que Don Préstamo pertenece al Grupo Económico LFLP HOLDINGS LLC; el cual en su reporte no registra ningún dato económico para Don Préstamo; pero si para Financiera TFC y TFC soluciones que son otras empresas pertenecientes a su grupo económico.

RUC (o equiv.)	Ciu	Inscrita RPMV	Total de Activos	Patrimonio Total	PROPIEDAD DEL GRUPO EN LA EMPRESA (respecto del Capital Social)		MERCADOS DONDE TIENE VALORES INSCRITOS
					Con Derecho a Sin Derecho a Total	Voto (%) Voto (%)	Mercado (País)
DON PRESTAMO S.R.L. 20392471945 Dirección: JR. SANTORIN 167, URB. EL VIVERO SANTIAGO DE SURCO LIMA LIMA PERU	6519	NO	S/. 0.00	S/. 0.00	50.00	0.00	
FINANCIERA TFC S.A. 20337996834 Dirección: JIRÓN SANTORIN Nº 175- URB. EL VIVERO SANTIAGO DE SURCO LIMA LIMA PERU	6599	SI	S/. 307,114,000.00	S/. 32,890,000.00	67.75	0.00	
TF SOLUCIONES S.A.C. 20511807396 Dirección: JIRÓN SANTORIN Nº 175- URB. EL VIVERO SANTIAGO DE SURCO LIMA LIMA PERU	6519	NO	S/. 587,280.29	S/. -1,581.18	91.00	0.00	

Fuente: Bolsa de Valores de Lima (2014). Reporte de Grupo Económico. LFLP HOLDINGS

4.1.5 CAJA TRUJILLO

Caja Trujillo es una institución financiera a nivel nacional, se constituyó como asociación sin fines de lucro por Resolución Municipal Nro. 982- 82-CPT, del 19 de octubre de 1982 al amparo del Decreto Ley Nro. 23039 obteniendo la autorización de funcionamiento por parte de la Ministerio de Economía y Finanzas el 12 de octubre de 1983, mediante el Decreto Supremo N° 451-83-EFC; iniciando operaciones el 12 de noviembre de 1984. Su único accionista desde su constitución es la Municipalidad Provincial de Trujillo.

Empezó sus operaciones ofreciendo el producto pignoraticio. En el año 1985 la Superintendencia de Banca y Seguros autorizó la captación de ahorro corriente y depósitos a plazo.

Caja Trujillo actualmente ha consolidado su expansión realizando operaciones en doce regiones del país, llegando a miles de clientes de diversos sectores socioeconómicos, convirtiéndose en una de las líderes del sistema de Cajas Municipales y una de las principales Instituciones Microfinancieras (IMF) del Perú.

A diciembre del 2013 cuenta 61agencias a nivel nacional, 80 oficinas informativas, 04 oficinas compartidas con el Banco de la Nación, 4,000 cajeros corresponsales con agentes KASNET, 1,937ATMs y una plataforma Caja Amigo Operaciones por Internet para atender más de 330 mil clientes de créditos y ahorros.

Tipos de créditos:

- Créditos personales
- Créditos hipotecarios
- Credijoya.

Credijoya.

Beneficios

- Tu crédito en sólo minutos.
- Seguridad, discreción y comodidad.
- Renovaciones ilimitadas.
- Realiza tus pagos en todas nuestras agencias.
- Intereses cobrados al vencimiento del crédito.

Requisitos

- DNI.
- Joyas u objetos de oro.

Montos y Tasas:

- Montos menores o iguales a S/. 500.00 TEA 138.89%
- Montos mayores a S/. 500.00 TEA 110.12%
- Todas las operaciones afectadas al ITF equivalente al 0.005%

Cobranza:

Es mensual la cobranza y renovable, con la posibilidad de extenderlo 30 días más y además de otras opciones.

Recursos Humanos:

El área de Gestión del Desarrollo Humano durante el 2013, tuvo como punto de partida un diagnóstico del clima organizacional, conscientes que la percepción del ambiente de trabajo influye en el desempeño laboral. En ese contexto, en el 2013 Caja Trujillo se focalizó en desarrollar planes de mejora implementando una política de

promociones y/o re categorizaciones del personal de negocios que incentivó el desarrollo de una línea de carrera al interior de la organización, la misma que esta correlacionada a una mejora remunerativa basada en la productividad.

Uno de los pilares de Caja Trujillo son los recursos humanos, la capacitación del personal es un factor estratégico que permite garantizar eficiencia en la organización y desarrollo profesional del colaborador. Así, con el apoyo del Directorio y la Gerencia Central Mancomunada se brindaron facilidades de capacitación a los colaboradores más destacados de las diversas áreas de Caja Trujillo, en universidades de reconocido prestigio como ESAN; en Diplomados de Microfinanzas para la mejora de las competencias laborales que permitan contribuir en el core del negocio y diplomado de Habilidades Directivas para fortalecer los estilos de liderazgo y gestión de los colaboradores que ocupan los mandos medios de la institución.

Recursos Materiales:

Caja Trujillo cuenta con 61 agencias a nivel nacional, en la ciudad de Piura cuenta con dos agencias, siendo la Principal la ubicada en el Jr. La Libertad N° 650 al costado del Club Centro Piurano. EL área aproximada es de 65 m2 equipada de aire acondicionado, 5 sillas tándem por cuatro asientos, sillas giratorias amobladas en los módulos de atención; cuenta con 5 ventanillas y 04 módulos de atención; el aforo de la agencia es de 50 personas. Se cuenta con buena ventilación, y aire acondicionado.

R. Tecnológicos

Cuentan con un promedio de 15 a 20 equipos de cómputos interconectadas entre sí, sistemas de alarmas y cámaras de seguridad.

Recursos Financieros

BALANCE GENERAL CAJA TRUJILLO			
AL 31 DE OCTUBRE DE 2014			
EN MILES DE SOLES			
Activo	CMAC Trujillo		
	MN	ME	TOTAL
DISPONIBLE	379 148	126 923	506 071
Caja	33 311	7 102	40 413
Bancos y Corresponsales	344 109	99 869	443 979
Canje	1 462	352	1 814
Otros	266	19 601	19 866
FONDOS INTERBANCARIOS			
INVERSIONES NETAS DE PROVISIONES	81 441	12 183	93 625
Inversiones a Valor Razonable con Cambios en Resultados	-	-	-
Inversiones Disponibles para la Venta	78 831	12 183	91 014
Inversiones a Vencimiento	-	-	-
Inversiones en Subsidiarias, Asociadas y Negocios Conjuntos	2 611	-	2 611
Provisiones	-	-	-
CRÉDITOS NETOS DE PROVISIONES Y DE INGRESOS NO DEVENGADOS	1 158 121	31 454	1 189 575
Vigentes*	1 172 747	31 675	1 204 422
Descuentos	-	-	-
Factoring	-	-	-
Préstamos	1 029 539	13 079	1 042 618
Arrendamiento Financiero	4 149	457	4 606
Hipotecarios para Vivienda	127 736	18 140	145 875
Créditos por Liquidar	-	-	-
Otros	11 323	-	11 323
Refinanciados y Reestructurados*	27 328	885	28 212
Atrasados*	89 583	2 999	92 582
Vencidos	39 369	677	40 046
En Cobranza Judicial	50 214	2 321	52 535
Provisiones	(130 586)	(4 096)	(134 683)
Intereses y Comisiones no Devengados	(951)	(8)	(959)
CUENTAS POR COBRAR NETAS DE PROVISIONES	19 974	15 526	35 499
RENDIMIENTOS POR COBRAR	22 478	1 286	23 764
Disponible	3 928	824	4 752
Fondos Interbancarios	-	-	-
Inversiones	-	-	-
Créditos	18 445	329	18 774
Cuentas por Cobrar	105	133	238
BIENES REALIZABLES, RECIBIDOS EN PAGO Y ADJUDICADOS NETOS	6 282	-	6 282
INMUEBLE, MOBILIARIO Y EQUIPO NETO	23 178	-	23 178
OTROS ACTIVOS	28 702	25	28 727
TOTAL ACTIVO	1 719 324	187 397	1 906 721

Fuente: COPEME (2014) Reporte Financiero de Instituciones de Microfinanzas

Pasivo	CMAC Trujillo		
	MN	ME	TOTAL
OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO	1 275 246	106 811	1 382 057
Depósitos a la Vista	-	-	-
Depósitos de Ahorro	230 288	22 835	253 123
Depósitos a Plazo	1 013 171	82 332	1 095 503
Certificados Bancarios y de Depósitos	-	-	-
Cuentas a Plazo	826 396	64 505	890 902
C.T.S.	186 775	17 826	204 601
Otros	-	-	-
Depósitos Restringidos	29 520	1 514	31 033
Otras Obligaciones	2 267	131	2 398
A la Vista	2 267	131	2 398
Relacionadas con Inversiones	-	-	-
DEPÓSITOS DEL SISTEMA FINANCIERO Y ORGANISMOS INTERNACIONALES	40 918	29 997	70 915
Depósitos de Ahorro	3 734	10	3 744
Depósitos a Plazo	37 184	29 987	67 171
FONDOS INTERBANCARIOS	-	-	-
ADEUDOS Y OBLIGACIONES FINANCIERAS	27 099	49 161	76 260
Instituciones del País	27 099	5 956	33 055
Instituciones del Exterior y Organismos Internacionales	-	43 205	43 205
OBLIGACIONES EN CIRCULACIÓN NO SUBORDINADAS	-	-	-
Bonos de Arrendamiento Financiero	-	-	-
Instrumentos Hipotecarios	-	-	-
Otros Instrumentos de Deuda	-	-	-
CUENTAS POR PAGAR	6 472	920	7 392
INTERESES Y OTROS GASTOS POR PAGAR	24 737	239	24 976
Obligaciones con el Público	24 601	224	24 826
Depósitos del Sistema Financiero y Organismos Internacionales	135	15	150
Fondos Interbancarios	-	-	-
Adeudos y Obligaciones Financieras	-	-	-
Obligaciones en Circulación no Subordinadas	-	-	-
Cuentas por Pagar	-	-	-
OTROS PASIVOS	11 266	73	11 340
PROVISIONES	5 849	1	5 850
Créditos Indirectos	76	1	77
Otras Provisiones	5 773	-	5 773
OBLIGACIONES EN CIRCULACIÓN SUBORDINADAS ^{1/}	-	-	-
TOTAL PASIVO	1 391 588	187 202	1 578 790
PATRIMONIO	327 931	-	327 931
Capital Social	268 871	-	268 871
Capital Adicional	0	-	0
Reservas	36 429	-	36 429
Ajustes al Patrimonio	623	-	623
Resultados Acumulados	760	-	760
Resultado Neto del Ejercicio	21 249	-	21 249
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1 719 519	187 202	1 906 721

Fuente: COPEME (2014) Reporte Financiero de Instituciones de Microfinanzas

Tabla 2 Caracterización de la oferta

	Tipos de créditos prendarios	Montos por gramo de oro	Requisitos	Tasas de Interés Mensual	Facilidad de refinanciación	Número de agencias
CAJA PIURA	* Créditos empresariales * Créditos de consumo	A partir de un gramo prestan 72.00	* Ser persona natural mayor de edad. * Presentar original y copia de DNI. * Estar 100% normal en el sistema financiero.	* 5% * 6%	si	3
CAJA TRUJILLO	* Créditos personales * Créditos hipotecarios * Credijoya.	A partir de un gramo prestan 80.00	* DNI. * Joyas u objetos de oro.	* 10.66% * 8.26%	si	2
INVERSIONES LA CRUZ	* Préstamos con Garantías de Joyas de Oro: Pigno Clásico * Préstamo con Joyas como Medio de Pago : Prenda cuota * Préstamos con garantía de artículos Prenda Todo	A partir de un gramo prestan 84.00	* Documento de identidad vigente ó carnet de extranjería. * Como mínimo, una joya de oro la cual pasará por un proceso de tasación.	* 12.98% * 12.93% * 6.59% * 12.98%	si	4
INKA CASH	* crédito pignotario, denominado Cashito	A partir de un gramo prestan 90.00 soles	* Presentar original y copia de DNI. * Sin necesidad de aval. * Joya de oro	* 9.91% * 5.95%	si	1
DON PRÉSTAMO	* Préstamo Prendario: Denominado "Don Oro" * Prestamos con artefactos	A partir de un gramos prestan 75.00 soles	* D.N.I. (Documento Nacional de Identidad). * Joya de oro 14kt ó 18kt. * Electrodomésticos en buen estado.	* 5.5% * 11.50%.	si	1
CASA MAZATLÁN	* Préstamos con Garantías de Joyas de oro * Préstamo con Joyas de Plata * Préstamos con garantía de artículos	A partir de un gramo se otorga 70.00 soles	* Documento de identidad ó carnet de extranjería. * Una joya de oro a partir de un gramo. * Joya de plata de 40 gramos. * Electrodomésticos en buen estado.	* 2.83% * 4.96% * 6.37% * 11.68%	si	1

MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO DE LA EMPRESA:

La elaboración de la matriz de perfil competitivo, detalla las variables a considerar en la comparación con la competencia, a continuación se describe los resultados, considerando que la clasificación se basa en la puntuación 1 - 2 para amenazas; y 3 - 4 para oportunidades:

De acuerdo a los resultados obtenidos se evidencia que Caja Piura por ser la pionera en este tipo de servicios de créditos prendarios, su experiencia en el rubro, sus instalaciones y ventajas tecnológicas se ubican en primer lugar con un puntaje ponderado de 3,29 ubicándose como una entidad con mayores oportunidades para ser la líder del mercado Piura en cuanto a créditos pignotarios; también se evidencia que la segunda entidad con un ponderado de 2,96 es Inversiones La Cruz la cual ha base de esfuerzo ha logrado posicionarse en el mercado piurano, lo que le ha valido poder contar con 02 agencias más en la ciudad; siendo está competencia directa a la unidad de análisis Casa Mazatlán.

Casa Mazatlán se ubica en la cuarta posición después de Caja Trujillo; con un puntaje ponderado de 2,56 evidenciando que se encuentra en medio de oportunidades debido a la creciente demanda del mercado piurano por créditos prendarios, y las amenazas que representan hacer frente a entidades reconocidas y posicionadas en este tipo de crédito.

Tabla 3: MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO DE LA EMPRESA

MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO DE LA EMPRESA													
EMPRESAS	PESO	CAJA PIURA		CAJA TRUJILLO		INVERSIONES LA CRUZ		INKA CASH		DON PRÉSTAMO		CASA MAZATLÁN	
VARIABLES		Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Ubicación e infraestructura	0,12	4	0,48	3	0,36	3	0,36	3	0,36	2	0,24	2	0,24
Participación del mercado	0,1	3	0,3	2	0,2	4	0,4	3	0,3	2	0,2	2	0,2
Posición financiera	0,12	3	0,36	3	0,36	3	0,36	3	0,36	3	0,36	3	0,36
Experiencia en el rubro	0,11	4	0,44	3	0,33	3	0,33	2	0,22	2	0,22	2	0,22
Competitividad de tasas de interés	0,14	2	0,28	2	0,28	2	0,28	2	0,28	2	0,28	3	0,42
Ventajas tecnológicas	0,11	4	0,44	4	0,44	3	0,33	2	0,22	2	0,22	2	0,22
Calidad de atención	0,11	3	0,33	3	0,33	3	0,33	2	0,22	3	0,33	3	0,33
Lealtad de los clientes	0,1	3	0,3	2	0,2	3	0,3	2	0,2	2	0,2	3	0,3
Recursos propios	0,09	4	0,36	4	0,36	3	0,27	3	0,27	3	0,27	3	0,27
TOTAL	1		3,29		2,86		2,96		2,45		2,42		2,56

Fuente: Elaboración propia

4.2. Identificar las características de la demanda de créditos prendarios en la ciudad de Piura

Los demanda de créditos prendario en la ciudad de Piura, presenta las siguientes características, el género femenino es quien más demanda este tipo de créditos; los rangos de edad están comprendidos entre 26 a 45 años con mayor representatividad; son personas con ingresos medios entre S/. 750 a 1500 nuevos soles; se considera que desde hace 02 a 03 años el crédito prendario ha tomado mayor relevancia; donde las razones de acceder a este tipo de crédito generalmente son por el fácil acceso debido a requisitos mínimos; y este tipo de crédito satisfacen urgencias familiares o necesidad de capital de trabajo; por lo tanto la frecuencia de contar con este tipo de crédito es eventual; por lo general los clientes suelen dejar prendas o joyas de oro.

A continuación se presentan los resultados estadísticos obtenidos a través de la encuesta aplicada a los clientes de la empresa Casa Mazatlán; la cual fue aplicada a 97 clientes, durante los meses Agosto a Octubre del presente año:

Tabla 4: Sexo

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	29	29.9
Femenino	68	70.1
Total	97	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 1: Sexo



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

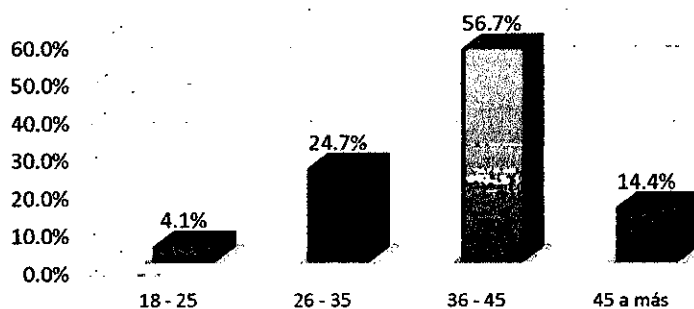
De acuerdo a la encuesta realizada los clientes que mayor demanda es de sexo femenino con un 70% con respecto a los de sexo masculino que solo es un 30% del total de encuestados.

Tabla 5: Edad

	Frecuencia	Porcentaje
18 - 25	4	4.1
26 - 35	24	24.7
36 - 45	55	56.7
45 a más	14	14.4
Total	97	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 2: Edad



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

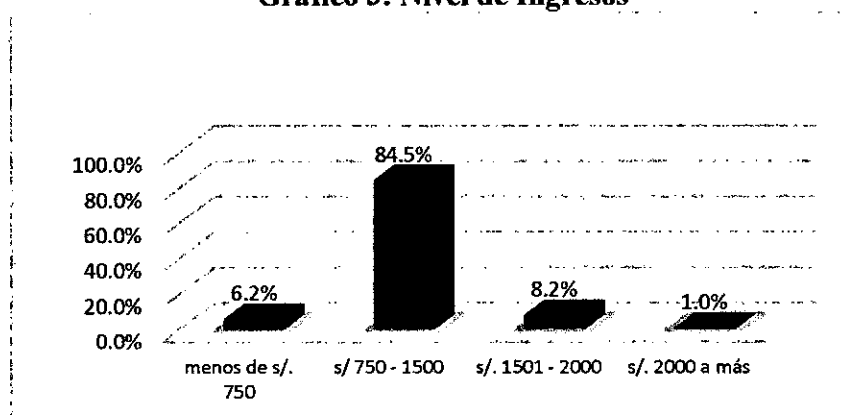
De acuerdo a la encuesta se determinó que los clientes varían con respecto a la edad, ya que con un 57% tenemos clientes entre 36 y 45 años, con 25% los clientes entre 26 y 35 años, con 14% clientes entre 45 años a más, con un 4% son clientes entre 18 y 25 años de edad.

Tabla 6: Nivel de Ingresos

	Frecuencia	Porcentaje
Menos de s/. 750	6	6.2
s/ 750 - 1500	82	84.5
s/. 1501 - 2000	8	8.2
s/. 2000 a más	1	1.0
Total	97	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 3: Nivel de Ingresos



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

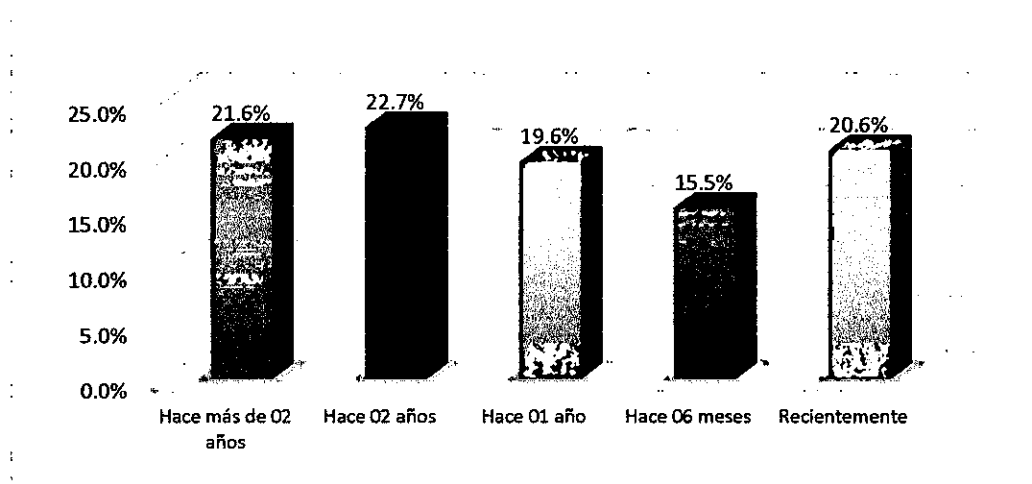
De acuerdo a la encuesta realizada se determinó que el nivel de ingresos varían con respecto al porcentaje de clientes, ya que con un 85% son clientes que tienen ingresos S/. 750 – 1500 soles, así como un 8% tenemos clientes con ingresos entre S/. 1501 y 2000 soles., con un 6% los clientes ganan un sueldo menor a S/.750 soles y un 1% los clientes que ganan S/.2000 soles a más.

Tabla 7: ¿Desde cuándo usted accede a créditos prendarios?

	Frecuencia	Porcentaje
Hace más de 02 años	21	21.6
Hace 02 años	22	22.7
Hace 01 año	19	19.6
Hace 06 meses	15	15.5
Recientemente	20	20.6
Total	97	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 4: ¿Desde cuándo usted accede a créditos prendarios?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

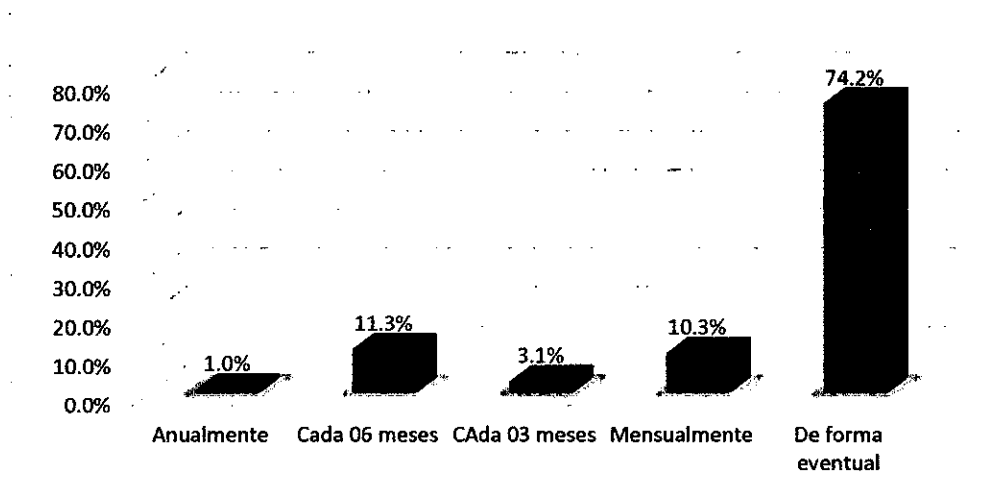
De acuerdo a la encuesta realizada a los clientes para determinar desde cuándo accede a créditos prendarios, 23% acceden a créditos prendarios hace 02 años, un 22% accede a créditos prendarios hace más de 02 años, un 21% accede a créditos prendarios recientemente, un 19% dijo que accede a créditos prendarios hace un año y un 15% dijo que accede a créditos prendarios hace 06 meses.

Tabla 8: ¿Con que frecuencia suele solicitar créditos prendarios?

	Frecuencia	Porcentaje
Anualmente	1	1.0
Cada 06 meses	11	11.3
Cada 03 meses	3	3.1
Mensualmente	10	10.3
De forma eventual	72	74.2
Total	97	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 5: ¿Con qué frecuencia suele solicitar créditos prendarios?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

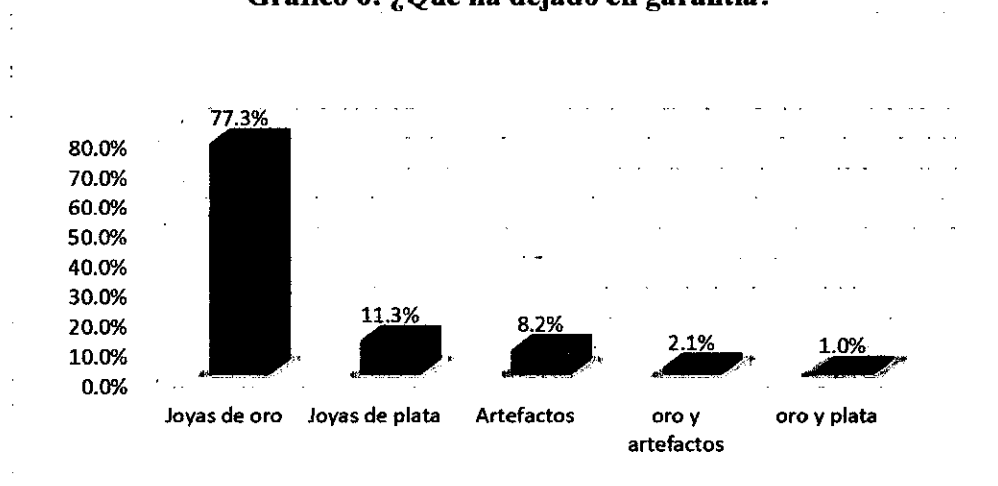
De acuerdo a la encuesta realizada a los clientes para conocer la frecuencia que suelen solicitar créditos prendarios se constató que el 74% los clientes encuestados aseguran solicitar créditos de forma eventual, un 12% dicen solicitar créditos prendarios de forma semestral, un 10% dicen solicitar créditos mensualmente, un 3% dicen solicitar sus créditos prendarios cada 03 meses y un 1% aseguran solicitar sus créditos de forma anual.

Tabla 9: ¿Qué ha dejado en garantía?

	Frecuencia	Porcentaje
Joyas de oro	75	77.3
Joyas de plata	11	11.3
Artefactos	8	8.2
oro y artefactos	2	2.1
oro y plata	1	1.0
Total	97	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 6: ¿Qué ha dejado en garantía?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

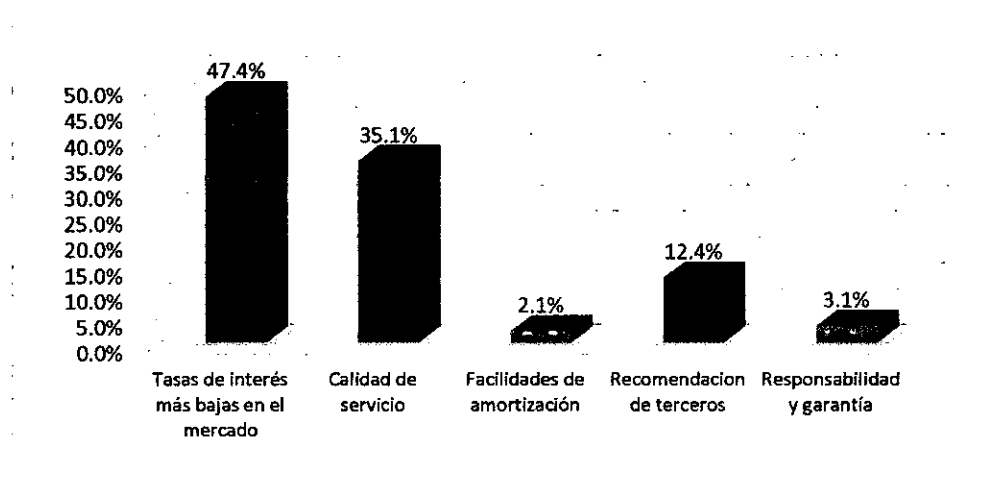
De acuerdo a la encuesta realizada a los clientes para conocer que ha dejado de garantía se conoció que el 77% de los clientes dijo que había dejado como garantía joyas de oro, un 12% dijo que dejó de garantía joyas de plata, un 8% dijo que dejó de garantía artefactos, un 2% expreso que dejó como garantía oro y artefactos y un 1% dijo que dejó como garantía de su crédito oro y plata.

Tabla 10: ¿Por qué eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario?

	Frecuencia	Porcentaje
Tasas de interés más bajas en el mercado	46	47.4
Calidad de servicio	34	35.1
Facilidades de amortización	2	2.1
Recomendación de terceros	12	12.4
Responsabilidad y garantía	3	3.1
Total	97	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 7: ¿Por qué eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

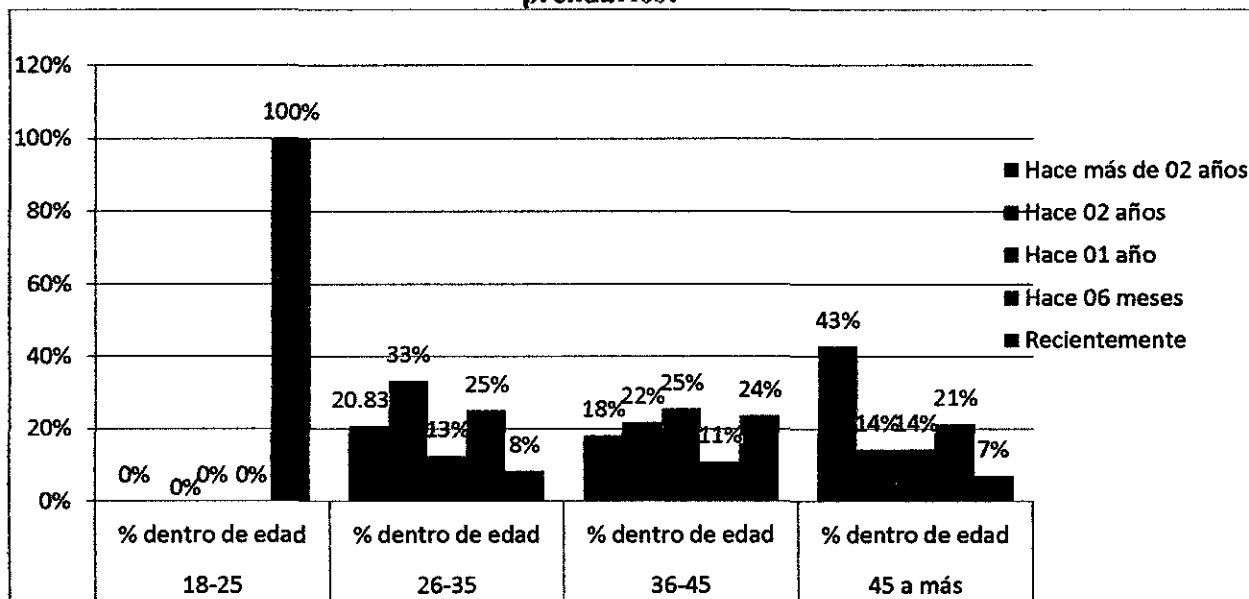
De acuerdo a la encuesta realizada a los clientes para conocer por qué eligió casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario, se consideró que el 48% los clientes encuestados aseguran haberlo elegido por que tiene tasas de interés más bajas en el mercado, así como un 35% dijo haberlo escogido por su calidad de servicio, un 12% lo prefirió por recomendación de terceros, un 3% los escogió por su responsabilidad y garantía y un 2% lo escogió por su facilidad de amortización.

Tabla 11: Tabla de contingencia edad * ¿Desde cuándo usted accede a créditos prendarios?

		¿Desde cuándo usted accede a créditos prendarios?					Total
		Hace más de 02 años	Hace 02 años	Hace 01 año	Hace 06 meses	Recientemente	
edad	18-25	0	0	0	0	4	4
	% dentro de edad	0%	0%	0%	0%	100%	100%
	26-35	5	8	3	6	2	24
	% dentro de edad	20.83%	33%	13%	25%	8%	100%
36-45	Recuento	10	12	14	6	13	55
	% dentro de edad	18%	22%	25%	11%	24%	100%
45 a más	Recuento	6	2	2	3	1	14
	% dentro de edad	43%	14%	14%	21%	7%	100%
Total		21	22	19	15	20	97
% dentro de edad		22%	23%	20%	15%	21%	100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 8: Grafico de contingencia edad * ¿Desde cuándo usted accede a créditos prendarios?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

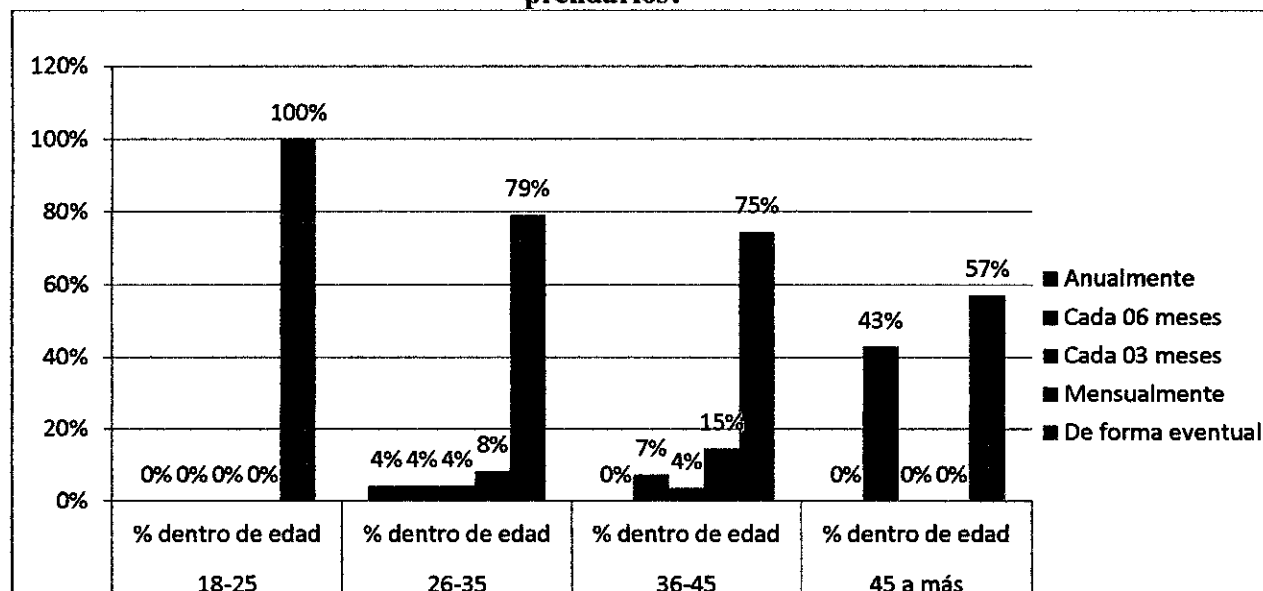
Como se muestra en la tabla N° 11 la población que accedió a créditos prendarios recientemente en un 100% son entre 18-25 años, mientras que las personas con edades de 45 a más comenzaron a acceder a créditos prendarios hace más de 02 años en un 43%.

Tabla 12: Tabla de contingencia edad * ¿con que frecuencia suele solicitar créditos prendarios?

		¿Con que frecuencia suele solicitar créditos prendarios?					Total
		Anualmente	Cada 06 meses	Cada 03 meses	Mensualmente	De forma eventual	
edad	18-25	0	0	0	0	4	4
	% dentro de edad	0%	0%	0%	0%	100%	100%
	26-35	1	1	1	2	19	24
	% dentro de edad	4%	4%	4%	8%	79%	100%
36-45	Recuento	0	4	2	8	41	55
	% dentro de edad	0%	7%	4%	15%	75%	100%
45 a más	Recuento	0	6	0	0	8	14
	% dentro de edad	0%	43%	0%	0%	57%	100%
Total		1	11	3	10	72	97
% dentro de edad		1%	11%	3%	10%	74%	100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 9: Grafico de contingencia edad * ¿Con que frecuencia suele solicitar créditos prendarios?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

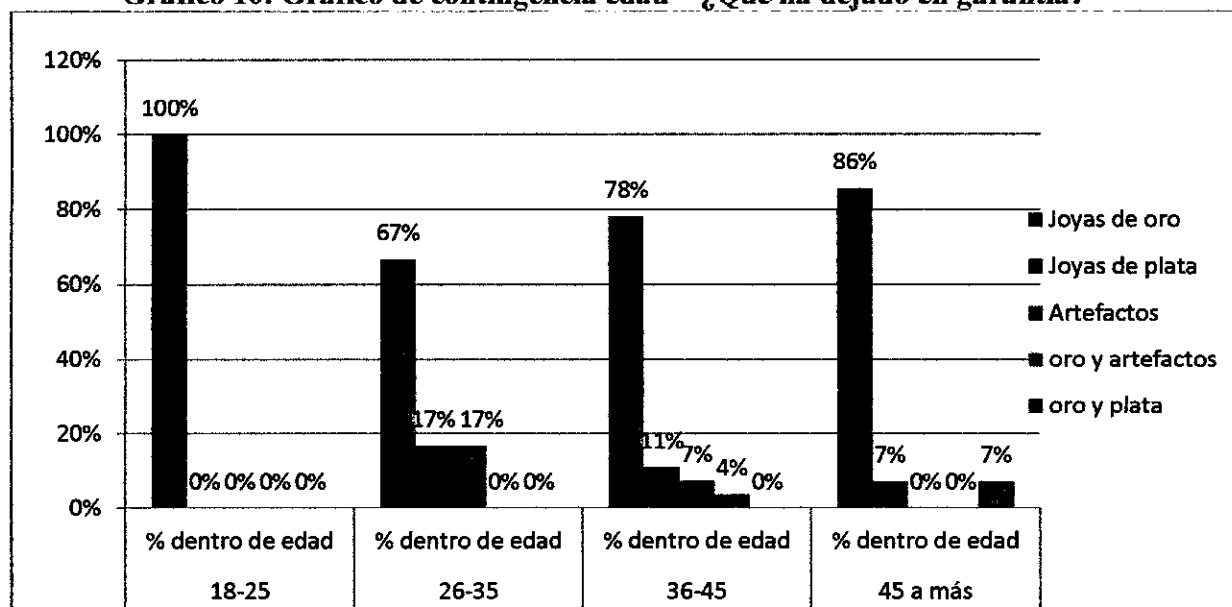
Como se muestra en la tabla N° 12 la población suelen solicitar sus créditos prendarios de forma eventual indiferentemente de su edad.

Tabla 13: Tabla de contingencia edad * ¿Qué ha dejado en garantía?

		¿Qué ha dejado en garantía?					Total
		Joyas de oro	Joyas de plata	Artefactos	oro y artefactos	oro y plata	
edad	18-25	Recuento 4 100%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	4 100%
	26-35	Recuento 16 67%	4 17%	4 17%	0 0%	0 0%	24 100%
	36-45	Recuento 43 78%	6 11%	4 7%	2 4%	0 0%	55 100%
	45 a más	Recuento 12 86%	1 7%	0 0%	0 0%	1 7%	14 100%
Total		Recuento 75 77%	11 11%	8 8%	2 2%	1 1%	97 100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 10: Grafico de contingencia edad * ¿Qué ha dejado en garantía?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

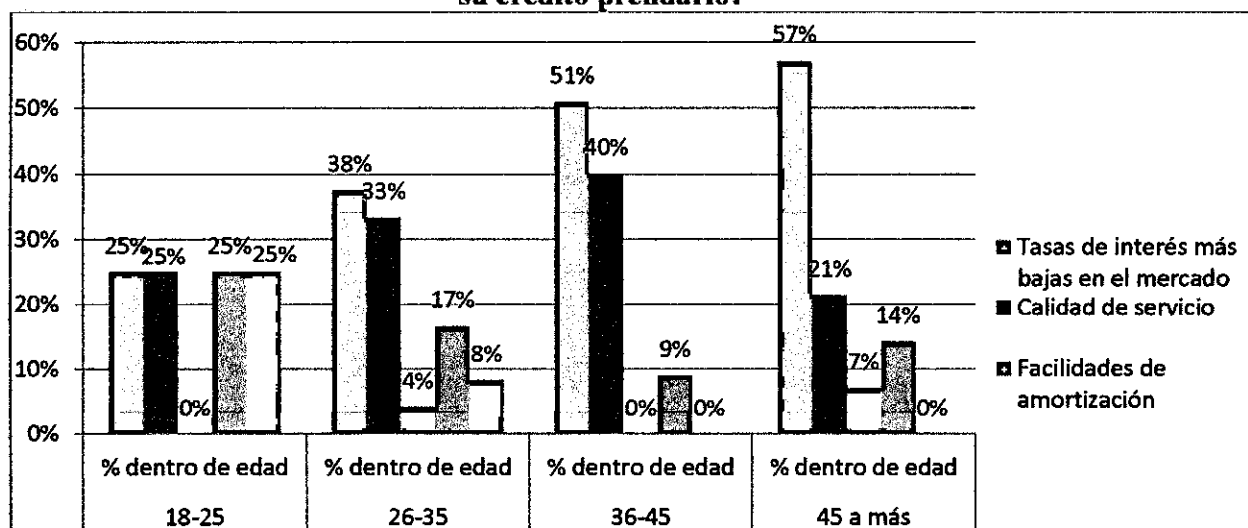
Como se muestra en la tabla N° 13 la población ha dejado como garantía a la hora de solicitar sus créditos prendarios joyas de oro, indistintamente de su edad.

Tabla 14: Tabla de contingencia edad * ¿Por qué eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario?

		¿Por qué eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario?					Total
		Tasas de interés más bajas en el mercado	Calidad de servicio	Facilidades de amortización	Recomendación de terceros	Responsabilidad y garantía	
edad	18-25	Recuento 1 % dentro de edad 25%	1 25%	0 0%	1 25%	1 25%	4 100%
	26-35	Recuento 9 % dentro de edad 38%	8 33%	1 4%	4 17%	2 8%	24 100%
	36-45	Recuento 28 % dentro de edad 51%	22 40%	0 0%	5 9%	0 0%	55 100%
	45 a más	Recuento 8 % dentro de edad 57%	3 21%	1 7%	2 14%	0 0%	14 100%
Total		Recuento 46 % dentro de edad 47%	34 35%	2 2%	12 12%	3 3%	97 100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 11: Grafico de contingencia edad * ¿por qué eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

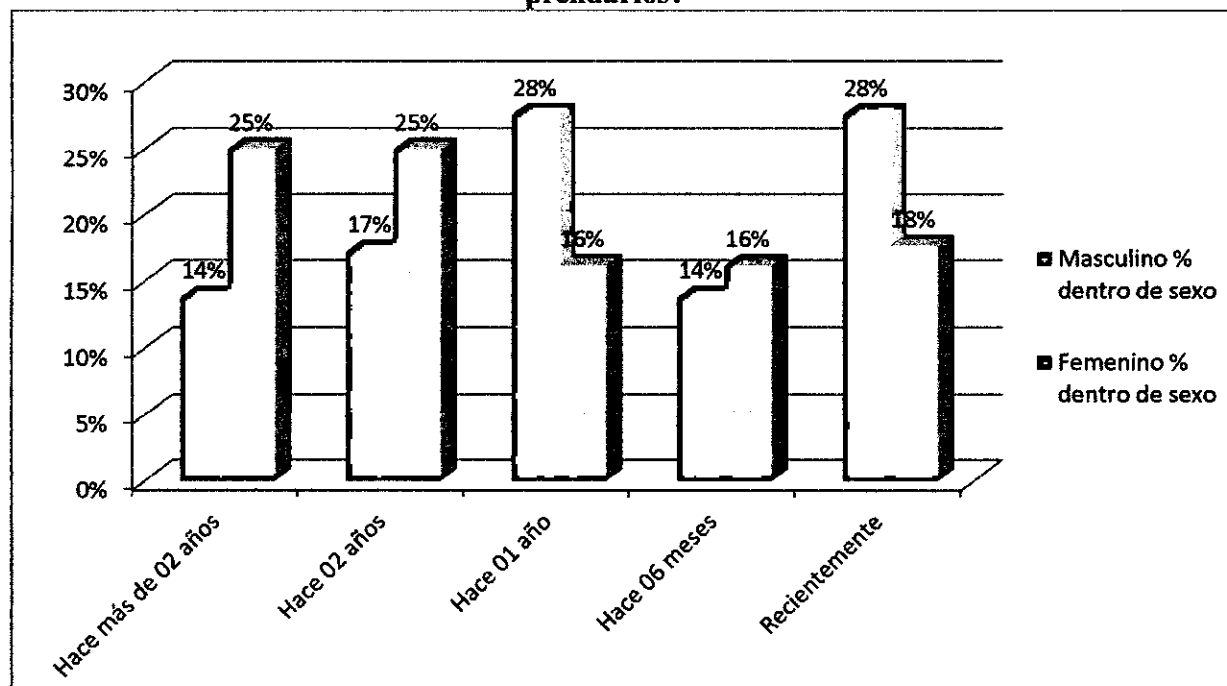
Como se muestra en la tabla N° 14 gran parte de la población encuestada eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario por que cuenta con tasas de interés más bajas en el mercado y la población solicitante es de diferentes edades.

Tabla 15: Tabla de contingencia sexo * ¿Desde cuándo usted accede a créditos prendarios?

		¿Desde cuándo usted accede a créditos prendarios?					Total
		Hace más de 02 años	Hace 02 años	Hace 01 año	Hace 06 meses	Recientemente	
sexo	Recuento	4	5	8	4	8	29
	% dentro de sexo	14%	17%	28%	14%	28%	100%
Masculino	Recuento	17	17	11	11	12	68
	% dentro de sexo	25%	25%	16%	16%	18%	100%
Femenino	Recuento	21	22	19	15	20	97
	% dentro de sexo	22%	23%	20%	15%	21%	100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 12: Grafico de contingencia sexo * ¿desde cuándo usted accede a créditos prendarios?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

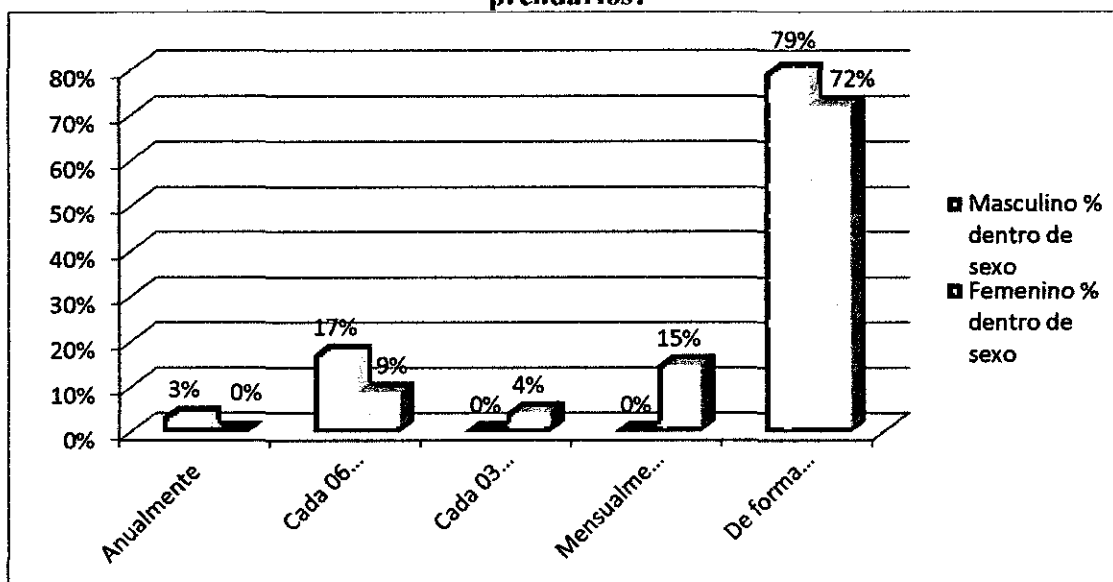
Como se muestra en la tabla N° 15 la población de sexo masculino es la que accede a créditos prendarios recientemente y desde hace 01 año en un 28%, mientras que las personas de sexo femenino suelen acceder a créditos prendarios desde hace más de 02 años en un 25%.

Tabla 16: Tabla de contingencia sexo * ¿Con que frecuencia suele solicitar créditos prendarios?

		¿Con que frecuencia suele solicitar créditos prendarios?					Total
		Anualmente	Cada 06 meses	Cada 03 meses	Mensualmente	De forma eventual	
sexo	Recuento	1	5	0	0	23	29
	% dentro de sexo	3%	17%	0%	0%	79%	100%
Masculino	Recuento	0	6	3	10	49	68
	% dentro de sexo	0%	9%	4%	15%	72%	100%
Femenino	Recuento	1	11	3	10	72	97
	% dentro de sexo	1%	11%	3%	10%	74%	100%
Total							

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 13: Grafico de contingencia sexo * ¿Con que frecuencia suele solicitar créditos prendarios?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

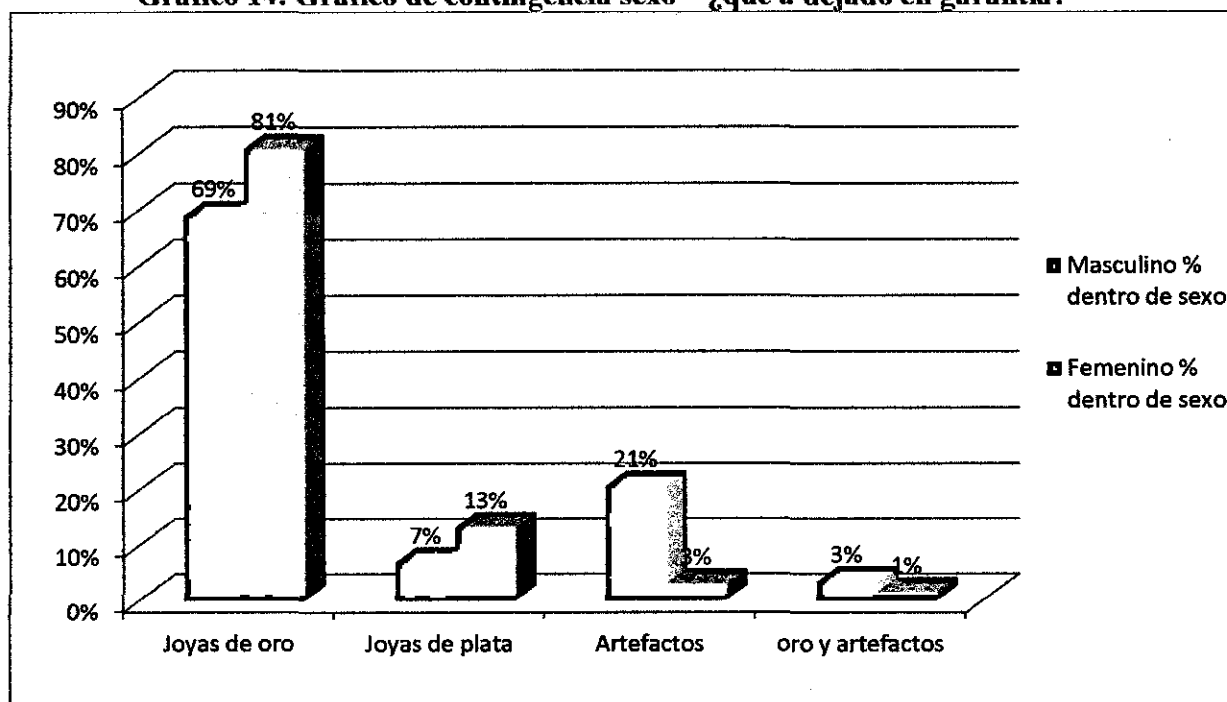
Como se muestra en la tabla N° 16 la población que suele solicitar créditos prendarios de forma eventual son las de sexo masculino y femenino suele solicitar en un 79% y un 72% respectivamente.

Tabla 17: Tabla de contingencia sexo * ¿Qué ha dejado en garantía?

		¿Qué ha dejado en garantía?					Total
		Joyas de oro	Joyas de plata	Artefactos	oro y artefactos	oro y plata	
sexo	Recuento	20	2	6	1	0	29
	% dentro de sexo	69%	7%	21%	3%	0%	100%
Masculino	Recuento	55	9	2	1	1	68
	% dentro de sexo	81%	13%	3%	1%	1%	100%
Femenino	Recuento	75	11	8	2	1	97
	% dentro de sexo	77%	11%	8%	2%	1%	100%
Total							

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 14: Grafico de contingencia sexo * ¿qué a dejado en garantía?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

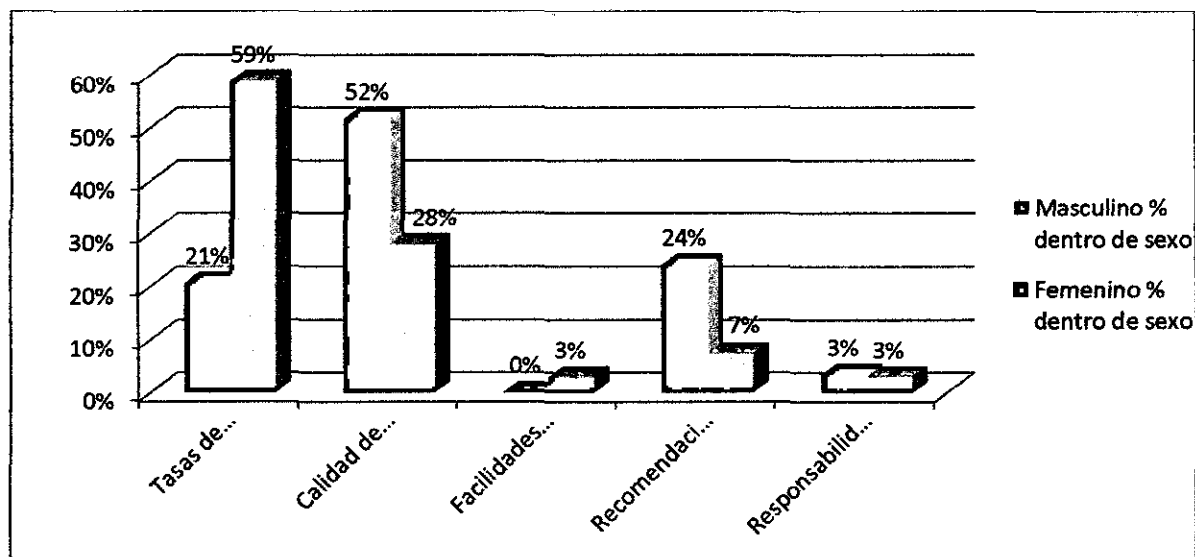
Como se muestra en la tabla N° 17 la población masculina y femenina dicen haber dejado como garantía de su crédito prendario joyas de oro en un 69% y 81% respectivamente.

Tabla 18: Tabla de contingencia sexo * ¿por qué eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario?

		¿Por qué eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario?					Total
		Tasas de interés más bajas en el mercado	Calidad de servicio	Facilidades de amortización	Recomendación de terceros	Responsabilidad y garantía	
sexo	Recuento	6	15	0	7	1	21
	% dentro de sexo	21%	52%	0%	24%	3%	100%
Masculino	Recuento	40	19	2	5	2	68
	% dentro de sexo	59%	28%	3%	7%	3%	100%
Femenino	Recuento	46	34	2	12	3	93
	% dentro de sexo	47%	35%	2%	12%	3%	100%
Total							

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 15: Grafico de contingencia sexo * ¿por qué eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

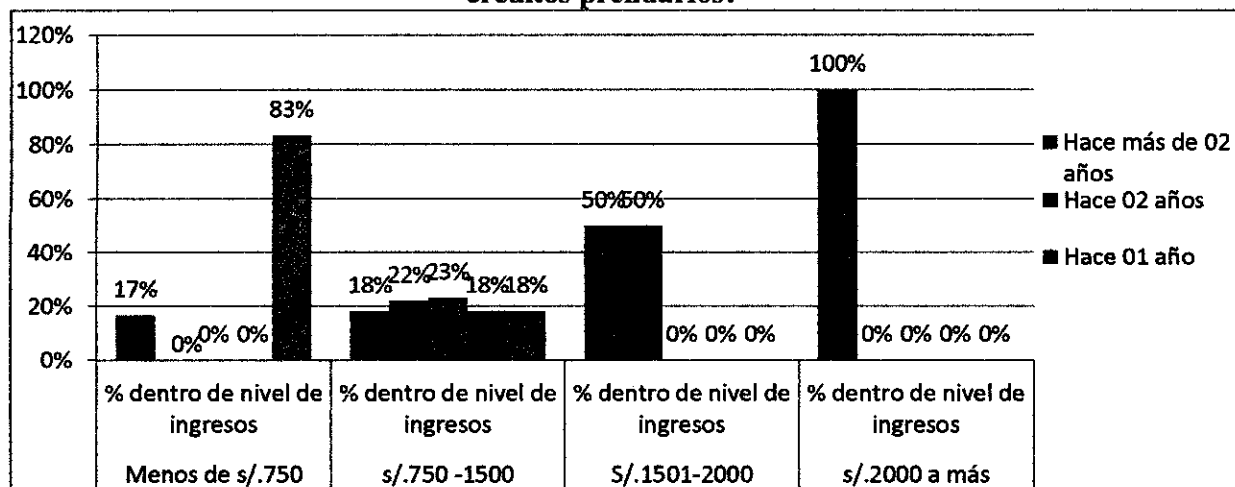
Como se muestra en la tabla N° 18 la población femenina expreso haber elegido casa Mazatlán por tener tasas de interés más bajas en el mercado en un 59% mientras que la población masculina asegura haber elegido dicho negocio por la calidad de servicio que se brinda en un 52%.

Tabla 19: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿desde cuándo usted accede a créditos prendarios?

			¿Desde cuándo usted accede a créditos prendarios?					Total
			Hace más de 02 años	Hace 02 años	Hace 01 año	Hace 06 meses	Recientemente	
nivel de ingresos	Menos de s/.750	Recuento	1	0	0	0	5	6
		% dentro de nivel de ingresos	17%	0%	0%	0%	83%	100%
	s/.750 -1500	Recuento	15	18	19	15	15	82
		% dentro de nivel de ingresos	18%	22%	23%	18%	18%	100%
	S/.1501-2000	Recuento	4	4	0	0	0	8
		% dentro de nivel de ingresos	50%	50%	0%	0%	0%	100%
	s/.2000 a más	Recuento	1	0	0	0	0	1
		% dentro de nivel de ingresos	100%	0%	0%	0%	0%	100%
Total	Recuento	21	22	19	15	20	97	
	% dentro de nivel de ingresos	22%	23%	20%	15%	21%	100%	

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 16: Grafico de contingencia nivel de ingresos * ¿Desde cuándo usted accede a créditos prendarios?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

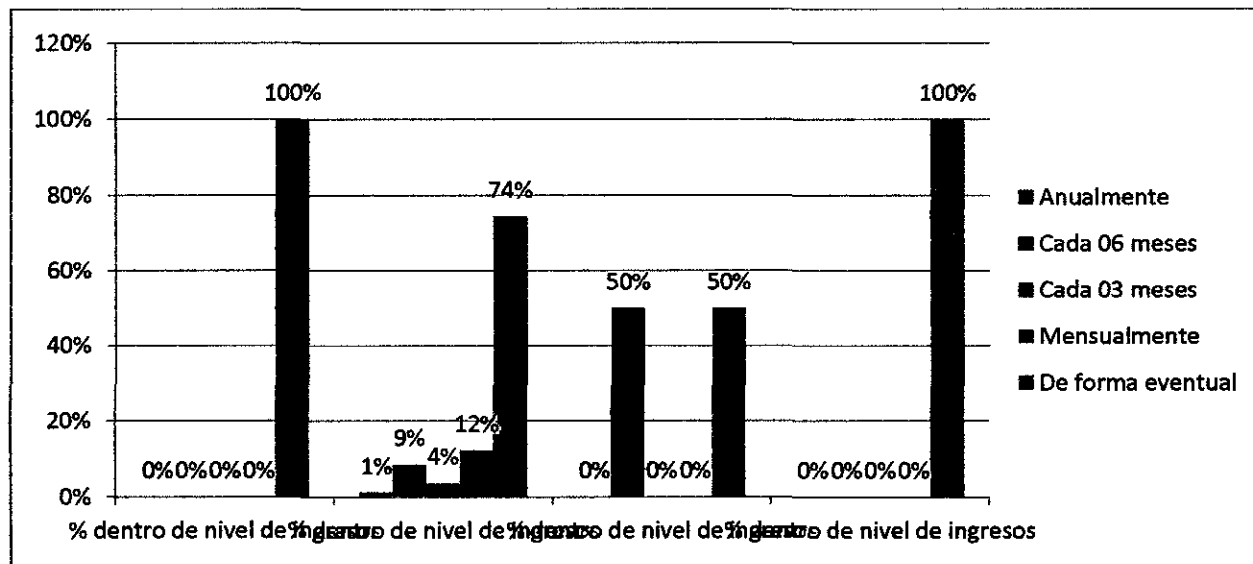
Como se muestra en la tabla N° 19 la población con un nivel de ingresos de s/.2000 a más dicen acceder a créditos prendarios hace más de 02 años en un 100%, mientras que las personas de ingresos menores a s/.750 acceden a créditos prendarios recientemente en un 83%.

Tabla 20: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿con que frecuencia suele solicitar créditos prendarios?

			¿Con que frecuencia suele solicitar créditos prendarios?					Total
			Anualmente	Cada 06 meses	Cada 03 meses	Mensualmente	De forma eventual	
nivel de ingresos	Menos de s/.750	Recuento	0	0	0	0	6	6
		% dentro de nivel de ingresos	0%	0%	0%	0%	100%	100%
	s/.750 -1500	Recuento	1	7	3	10	61	82
		% dentro de nivel de ingresos	1%	9%	4%	12%	74%	100%
	S/.1501-2000	Recuento	0	4	0	0	4	8
		% dentro de nivel de ingresos	0%	50%	0%	0%	50%	100%
	s/.2000 a más	Recuento	0	0	0	0	1	1
		% dentro de nivel de ingresos	0%	0%	0%	0%	100%	100%
Total	Recuento	1	11	3	10	72	97	
	% dentro de nivel de ingresos	1%	11%	3%	10%	74%	100%	

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 17: Grafico de contingencia nivel de ingresos * ¿con que frecuencia suele solicitar créditos prendarios?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

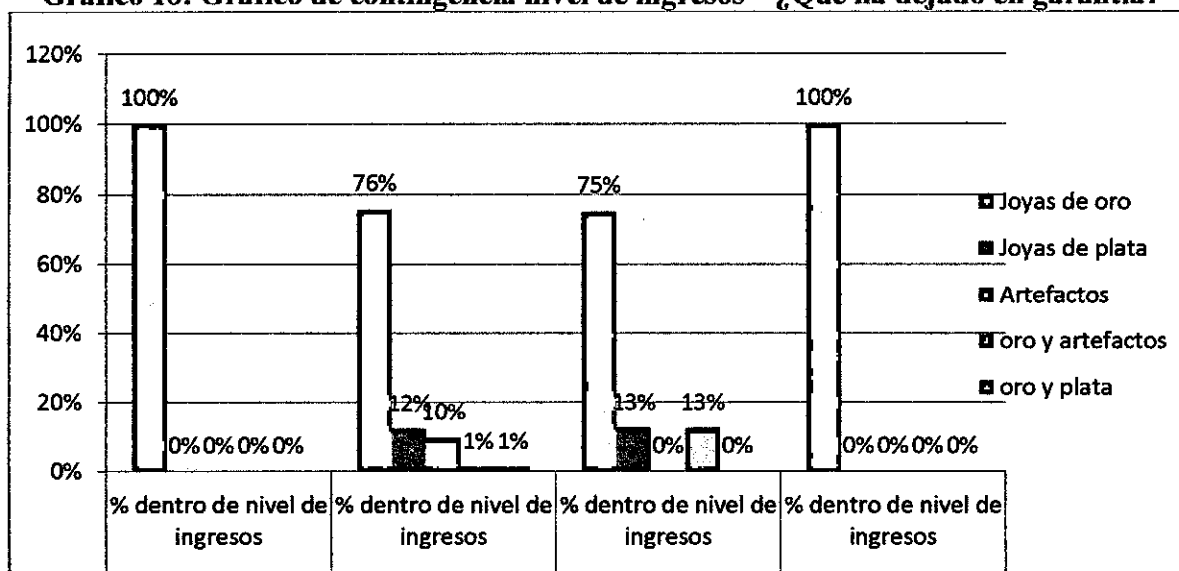
Como se muestra en la tabla N° 20 la población suele solicitar su crédito prendario de forma eventual, indiferentemente de su nivel de ingresos.

Tabla 21: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿Qué ha dejado en garantía?

			¿Qué ha dejado en garantía?					Total
			Joyas de oro	Joyas de plata	Artefactos	oro y artefactos	oro y plata	
nivel de ingresos	Menos de s/. 750	Recuento	6	0	0	0	0	6
		% dentro de nivel de ingresos	100%	0%	0%	0%	0%	100%
	s/. 750 -1500	Recuento	62	10	8	1	1	82
		% dentro de nivel de ingresos	76%	12%	10%	1%	1%	100%
	S/.1501-2000	Recuento	6	1	0	1	0	8
		% dentro de nivel de ingresos	75%	13%	0%	13%	0%	100%
	s/. 2000 a más	Recuento	1	0	0	0	0	1
		% dentro de nivel de ingresos	100%	0%	0%	0%	0%	100%
	Total	Recuento	75	11	8	2	1	97
		% dentro de nivel de ingresos	77%	11%	8%	2%	1%	100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 18: Grafico de contingencia nivel de ingresos * ¿Qué ha dejado en garantía?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

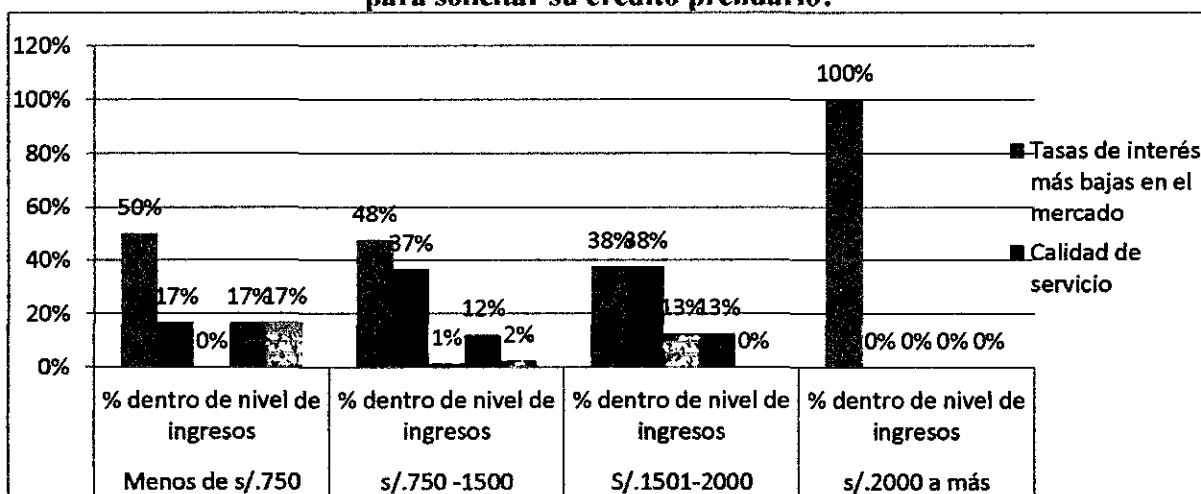
Como se muestra en la tabla N° 21 la población dice haber dejado como garantía de su crédito prendario joyas de oro, indiferentemente a la edad.

Tabla 22: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿por qué eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario?

			¿Por qué eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario?					Total
			Tasas de interés más bajas en el mercado	Calidad de servicio	Facilidades de amortización	Recomendación de terceros	Responsabilidad y garantía	
nivel de ingresos	Recuento		3	1	0	1	1	
	Menos de s/.750	% dentro de nivel de ingresos	50%	17%	0%	17%	17%	100
	Recuento		39	30	1	10	2	
	s/.750 - 1500	% dentro de nivel de ingresos	48%	37%	1%	12%	2%	100
	Recuento		3	3	1	1	0	
S/.1501-2000	S/.1501-2000	% dentro de nivel de ingresos	38%	38%	13%	13%	0%	100
	Recuento		1	0	0	0	0	
	s/2000 a más	% dentro de nivel de ingresos	100%	0%	0%	0%	0%	100
	Recuento		46	34	2	12	3	
	Total	% dentro de nivel de ingresos	47%	35%	2%	12%	3%	100

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 19: Grafico de contingencia nivel de ingresos * ¿por qué eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

Como se muestra en la tabla N° 22 la población eligió casa Mazatlán por su tasas de interés más bajas en el mercado, indiferentemente a los ingresos de la población.

4.3. Medir la satisfacción de necesidades de financiamiento de créditos prendarios en la ciudad de Piura.

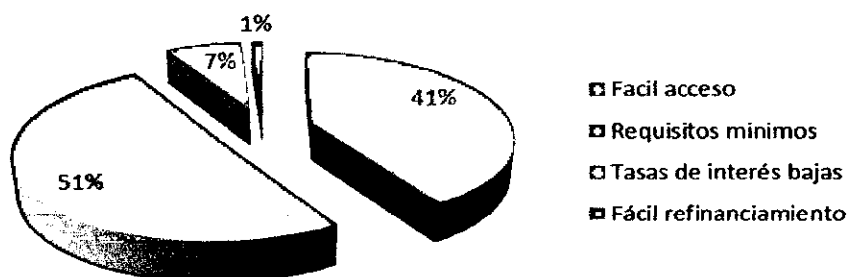
De acuerdo a la encuesta realizada se ha determinado que necesidades satisfacen los créditos prendarios; evidenciando en primer lugar que razones predominan en preferir acceder a este tipo de crédito; conocer las necesidades que satisfacen directamente la obtención del crédito prendario; y que montos la demanda suele obtener al solicitar un crédito prendario.

Tabla 23: ¿Por qué razones prefiere acceder a créditos prendarios?

	Frecuencia	Porcentaje
Fácil acceso	40	41.2
Requisitos mínimos	49	50.5
Tasas de interés bajas	7	7.2
Fácil refinanciamiento	1	1.0
Total	97	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 20: ¿Por qué razones prefiere acceder a créditos prendarios?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

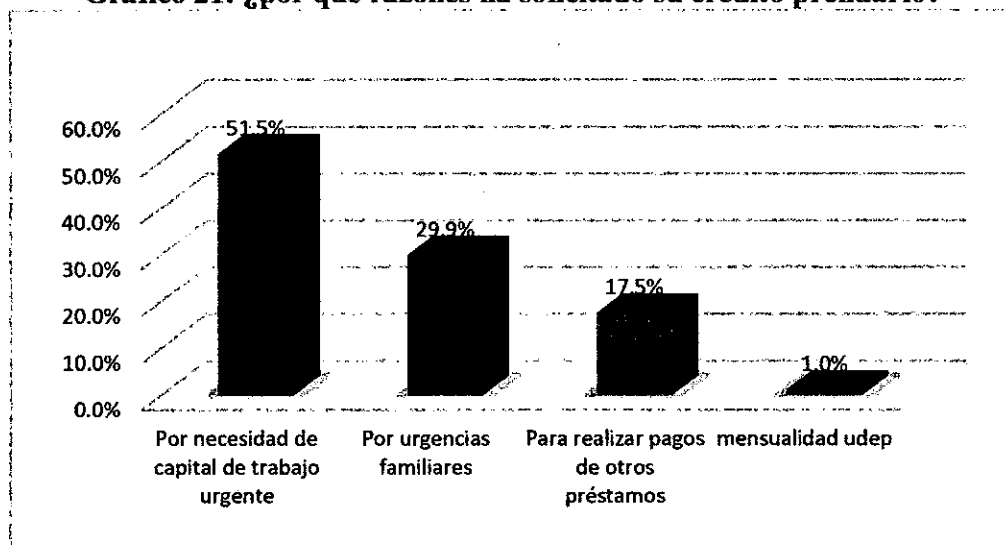
De acuerdo a la encuesta realizada a los clientes las razones por las cuales prefiere acceder a créditos prendarios varían con respecto a sus razones, ya que un 51% dijeron que acceden a créditos prendarios por los requisitos mínimos, un 41% dijo que la razón por la cual accede a créditos prendarios es por el fácil acceso, mientras que un 7% dijo accede a créditos prendarios por las tasas de interés bajas y un 1% expresaron que la razón por la cual acceden a créditos prendarios es por el fácil refinanciamiento.

Tabla 24: ¿Por qué razones ha solicitado su crédito prendario?

	Frecuencia	Porcentaje
Por necesidad de capital de trabajo urgente	50	51.5
Por urgencias familiares	29	29.9
Para realizar pagos de otros préstamos	17	17.5
mensualidad udep	1	1.0
Total	97	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 21: ¿por qué razones ha solicitado su crédito prendario?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

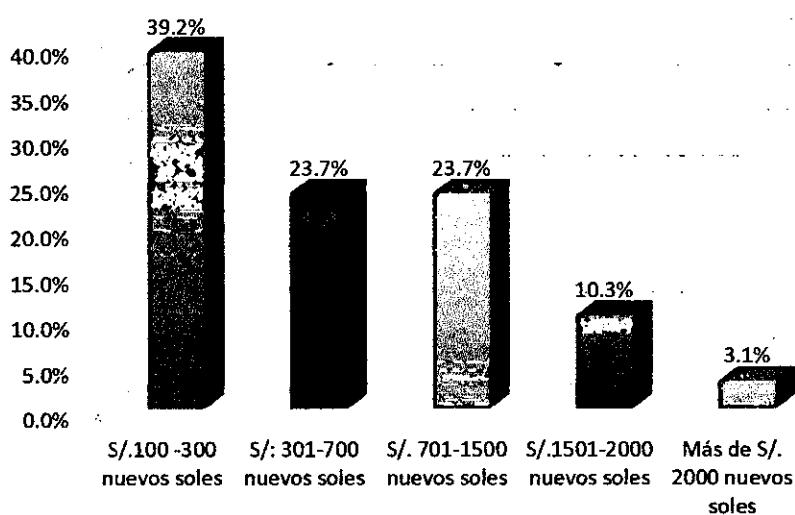
De acuerdo a la encuesta realizada a los clientes para saber las razones por las cuales ha solicitado un crédito prendario se constató que un 52% ha solicitado su crédito prendario por necesidad de capital de trabajo urgente, un 30% manifestó que solicito su crédito por urgencias familiares, un 17% dijo que la razón por la que solicito su crédito prendario fue para realizar pagos de otros préstamos y un 1% dijo que solicito su crédito prendario por mensualidad udep:

Tabla 25: ¿Qué monto ha solicitado o suele solicitar?

	Frecuencia	Porcentaje
S/.100 -300 nuevos soles	38	39.2
S/: 301-700 nuevos soles	23	23.7
S/. 701-1500 nuevos soles	23	23.7
S/.1501-2000 nuevos soles	10	10.3
Más de S/. 2000 nuevos soles	3	3.1
Total	97	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 22: ¿Qué monto ha solicitado o suele solicitar?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

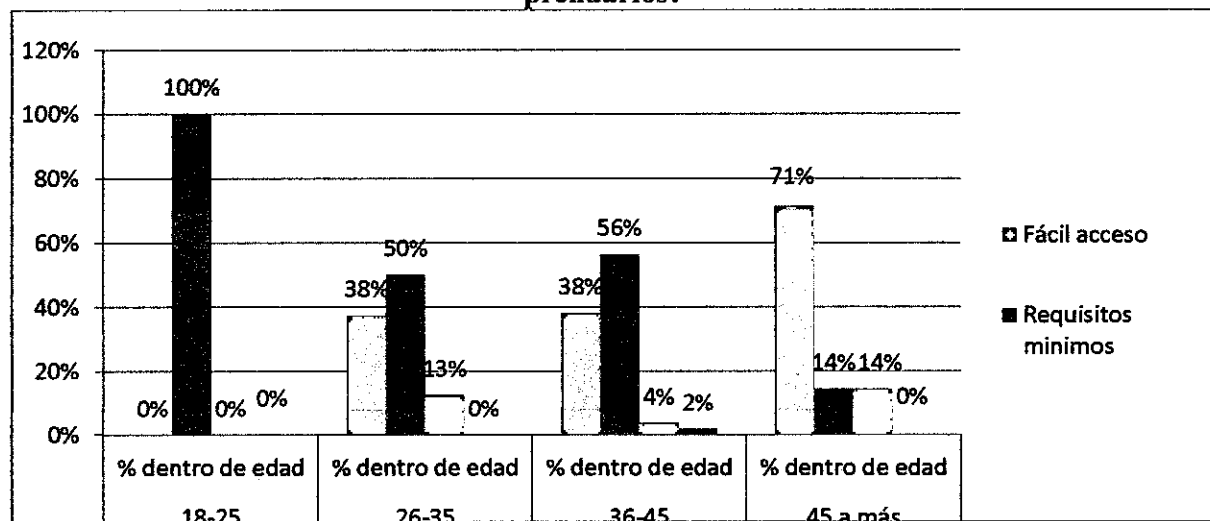
De acuerdo a la encuesta realizada a los clientes para saber que monto ha solicitado para su crédito prendario, tenemos que un 39% de los encuestados dicen haber solicitado entre S/.100 -300 nuevos soles, un 24% dijo haber solicitado entre S/: 301-700 nuevos soles seguido de S/. 701-1500 nuevos soles, un 10% expreso haber solicitado un monto entre S/.1501-2000 nuevos soles y finalmente un 3% dijo haber solicitado más de S/. 2000 nuevos soles.

Tabla 26: Tabla de contingencia edad * ¿por qué razones prefiere acceder a créditos prendarios?

		¿Por qué razones prefiere acceder a créditos prendarios?				Total
		Fácil acceso	Requisitos mínimos	Tasas de interés bajas	Fácil refinanciamiento	
edad	18-25	0	4	0	0	4
	% dentro de edad	0%	100%	0%	0%	100%
	26-35	9	12	3	0	24
	% dentro de edad	38%	50%	13%	0%	100%
36-45	Recuento	21	31	2	1	55
	% dentro de edad	38%	56%	4%	2%	100%
45 a más	Recuento	10	2	2	0	14
	% dentro de edad	71%	14%	14%	0%	100%
Total		40	49	7	1	97
% dentro de edad		41%	51%	7%	1%	100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 23: Grafico de contingencia edad * ¿Por qué razones prefiere acceder a créditos prendarios?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

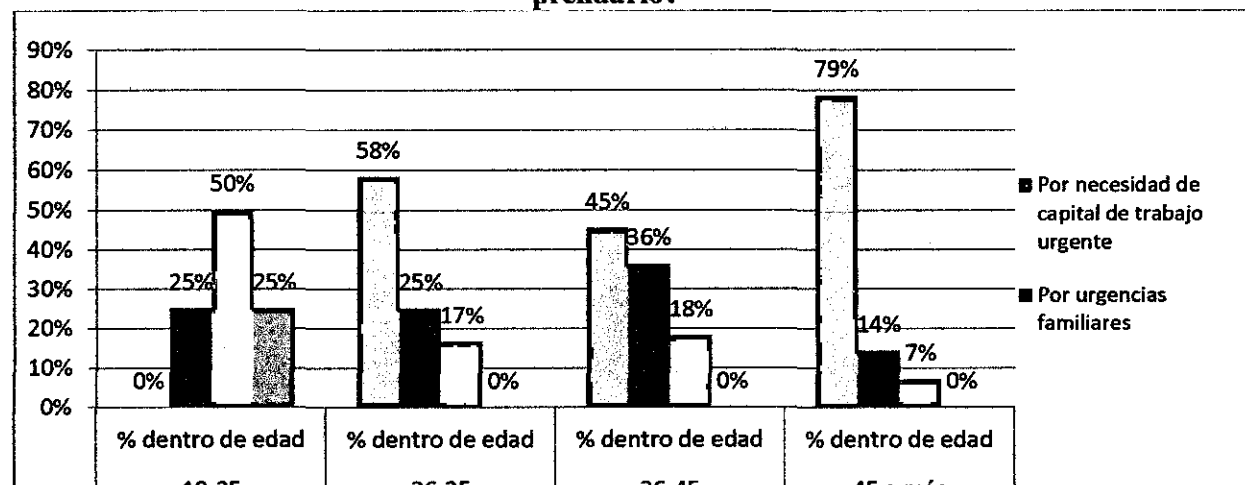
Como se muestra en la tabla N° 26 la razón por la cual la población accedió a un crédito prendario fue por requisitos mínimos en un 100%, con edad entre 18-25 años, mientras que la población con un 71% dice que la razón por la cual prefiere acceder a un crédito prendario es por su fácil acceso y están entre la edad de 45 años a más.

Tabla 27: Tabla de contingencia edad * ¿por qué razones ha solicitado su crédito prendario?

			¿Por qué razones ha solicitado su crédito prendario?				Total
			Por necesidad de capital de trabajo urgente	Por urgencias familiares	Para realizar pagos de otros préstamos	mensualidad udep	
edad	18-25	Recuento % dentro de edad	0 0%	1 25%	2 50%	1 25%	4 100%
	26-35	Recuento % dentro de edad	14 58%	6 25%	4 17%	0 0%	24 100%
	36-45	Recuento % dentro de edad	25 45%	20 36%	10 18%	0 0%	55 100%
	45 a más	Recuento % dentro de edad	11 79%	2 14%	1 7%	0 0%	14 100%
Total			50 52%	29 30%	17 18%	1 1%	97 100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 24: Grafico de contingencia edad * ¿por qué razones ha solicitado su crédito prendario?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

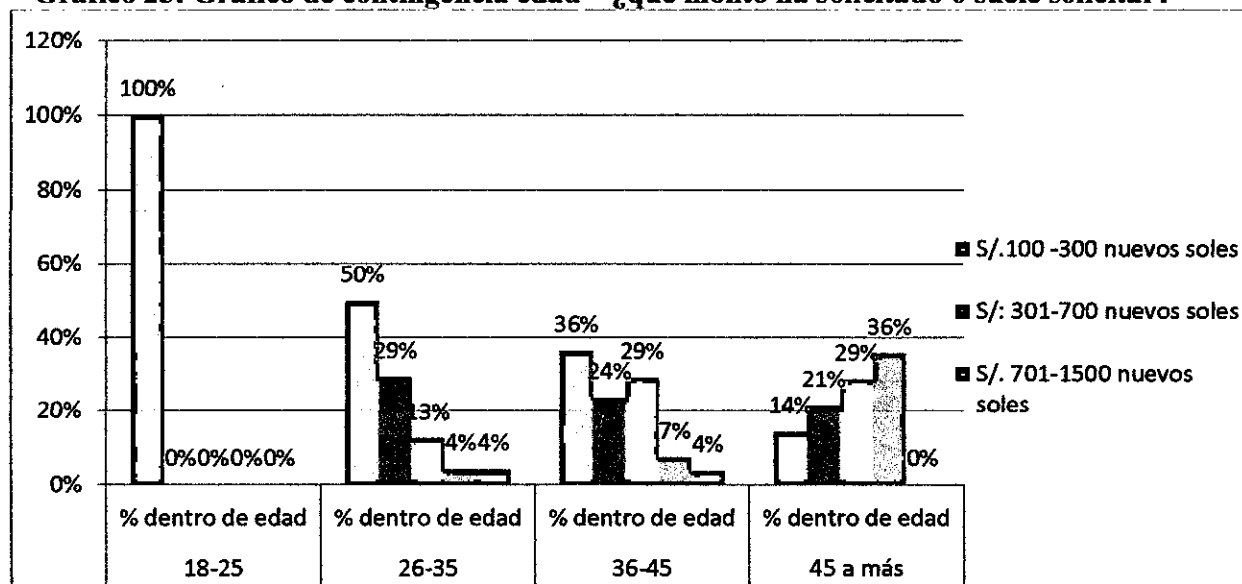
Como se muestra en la tabla N° 27 la población con edad entre 26- 35 años seguido de los de 45 años a más han solicitado créditos prendarios por necesidad de capital de trabajo urgente en un 79% y 58% respectivamente, mientras que las personas con edad entre dicen 18-25 años expresan que solicitaron créditos para realizar pagos de otros préstamos en un 50%.

Tabla 28: Tabla de contingencia edad * ¿Qué monto ha solicitado o suele solicitar?

		¿Qué monto ha solicitado o suele solicitar?					Total
		S/.100 -300 nuevos soles	S/: 301-700 nuevos soles	S/. 701-1500 nuevos soles	S/.1501- 2000 nuevos soles	Más de S/. 2000 nuevos soles	
edad	Recuento	4	0	0	0	0	4
	% dentro de edad	100%	0%	0%	0%	0%	100%
	18-25						
	Recuento	12	7	3	1	1	24
	% dentro de edad	50%	29%	13%	4%	4%	100%
	26-35						
	Recuento	20	13	16	4	2	55
	% dentro de edad	36%	24%	29%	7%	4%	100%
	36-45						
	Recuento	2	3	4	5	0	14
	% dentro de edad	14%	21%	29%	36%	0%	100%
	45 a más						
Total	Recuento	38	23	23	10	3	97
	% dentro de edad	39%	24%	24%	10%	3%	100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 25: Grafico de contingencia edad * ¿qué monto ha solicitado o suele solicitar?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

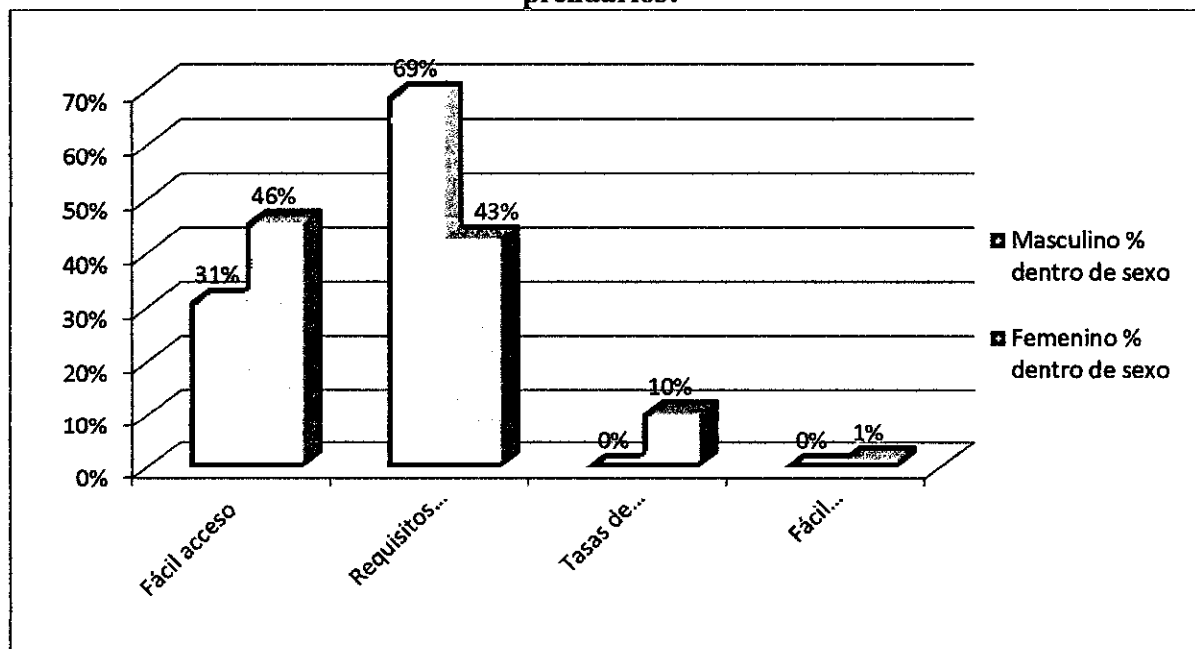
Como se muestra en la tabla N° 28 la mayoría de la población encuestada ha solicitado para su crédito prenda los montos de S/.100 -300 nuevos soles.

Tabla 29: Tabla de contingencia sexo * ¿por qué razones prefiere acceder a créditos prendarios?

		¿Por qué razones prefiere acceder a créditos prendarios?				
		Fácil acceso	Requisitos mínimos	Tasas de interés bajas	Fácil refinanciamiento	Total
sexo	Recuento	9	20	0	0	29
	% dentro de sexo	31%	69%	0%	0%	100%
Masculino	Recuento	31	29	7	1	68
	% dentro de sexo	46%	43%	10%	1%	100%
Femenino	Recuento	40	49	7	1	97
	% dentro de sexo	41%	51%	7%	1%	100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 26: Grafico de contingencia sexo * ¿por qué razones prefiere acceder a créditos prendarios?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

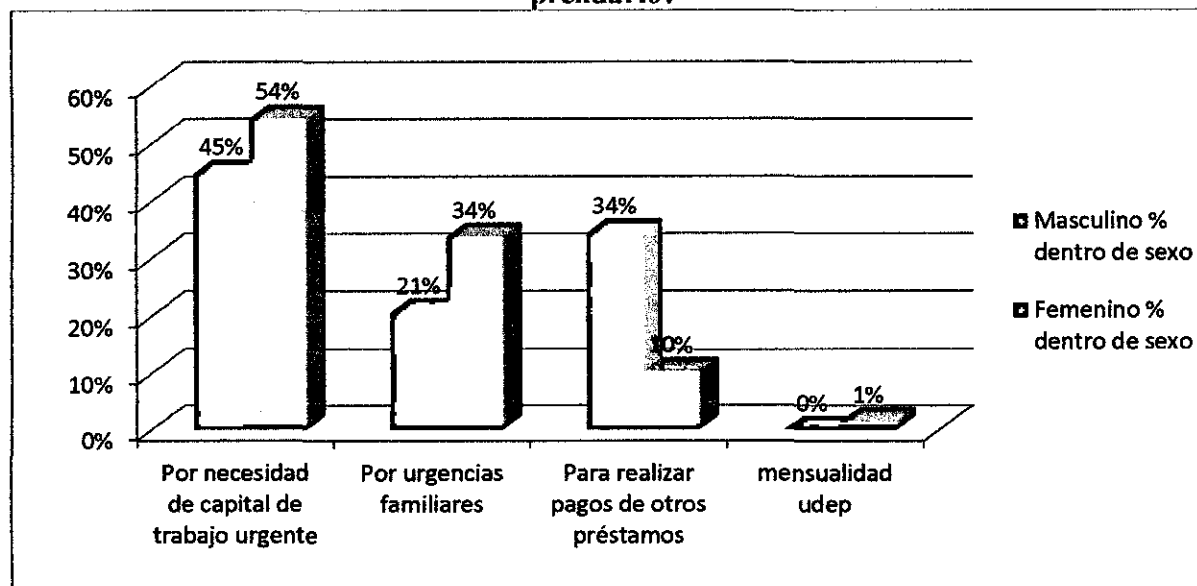
Como se muestra en la tabla N° 29 la población de sexo masculino dijo que la razón por la cual acceden a créditos prendarios es por los requisitos mínimos en un 69%, mientras que los del sexo femenino dijeron que la razón por la que acceden a créditos prendarios es por el fácil acceso en un 46%.

Tabla 30: Tabla de contingencia sexo * ¿por qué razones ha solicitado su crédito prendario?

		¿Por qué razones ha solicitado su crédito prendario?				Total
		Por necesidad de capital de trabajo urgente	Por urgencias familiares	Para realizar pagos de otros préstamos	mensualidad udep	
sexo	Recuento	13	6	10	0	29
	% dentro de sexo	45%	21%	34%	0%	100%
Masculino	Recuento	37	23	7	1	68
	% dentro de sexo	54%	34%	10%	1%	100%
Femenino	Recuento	50	29	17	1	97
	% dentro de sexo	52%	30%	18%	1%	100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 27: Grafico de contingencia sexo * ¿por qué razones ha solicitado su crédito prendario?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

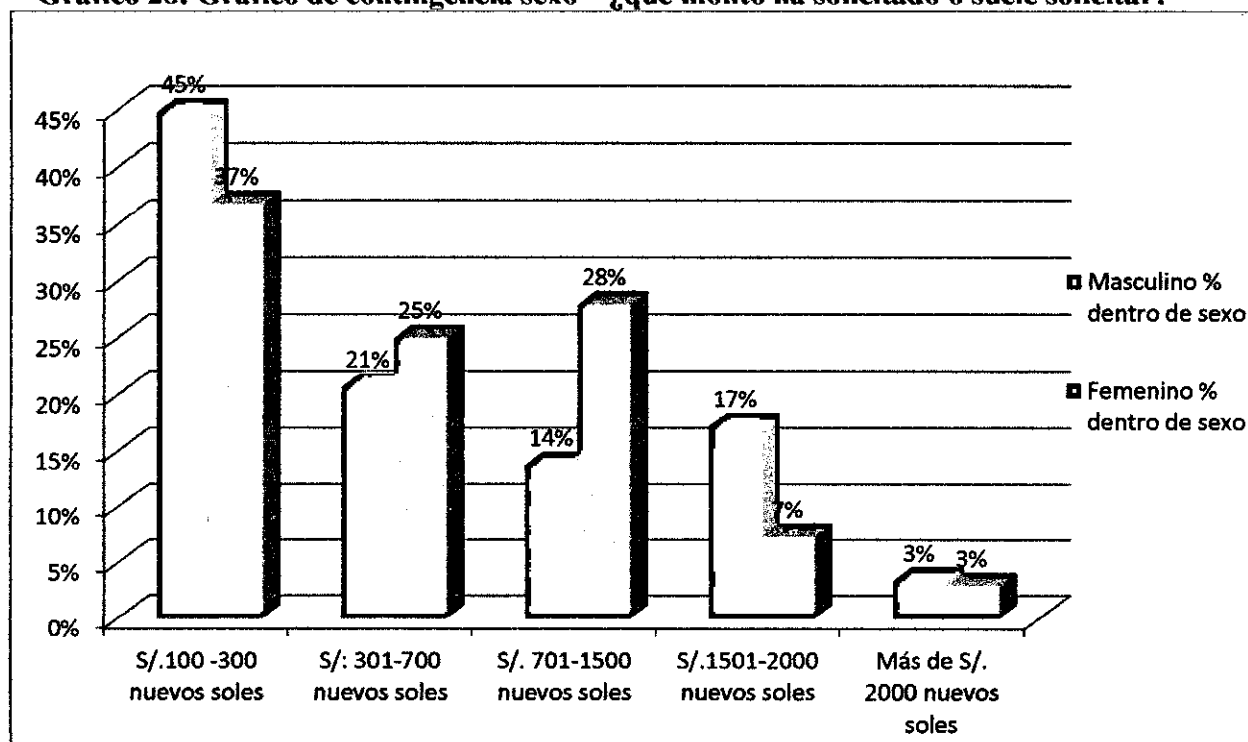
Como se muestra en la tabla N° 30 la población de sexo masculino y femenino ha solicitado crédito prendario por necesidad de capital de trabajo urgente en un 54% y 45% respectivamente.

Tabla 31: Tabla de contingencia sexo * ¿Qué monto ha solicitado o suele solicitar?

		¿Qué monto ha solicitado o suele solicitar?					Total
		S/.100 -300 nuevos soles	S/: 301-700 nuevos soles	S/. 701-1500 nuevos soles	S/.1501- 2000 nuevos soles	Más de S/. 2000 nuevos soles	
sexo	Recuento	13	6	4	5	1	29
	% dentro de sexo	45%	21%	14%	17%	3%	100%
Masculino	Recuento	25	17	19	5	2	68
	% dentro de sexo	37%	25%	28%	7%	3%	100%
Femenino	Recuento	38	23	23	10	3	97
	% dentro de sexo	39%	24%	24%	10%	3%	100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 28: Grafico de contingencia sexo * ¿qué monto ha solicitado o suele solicitar?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

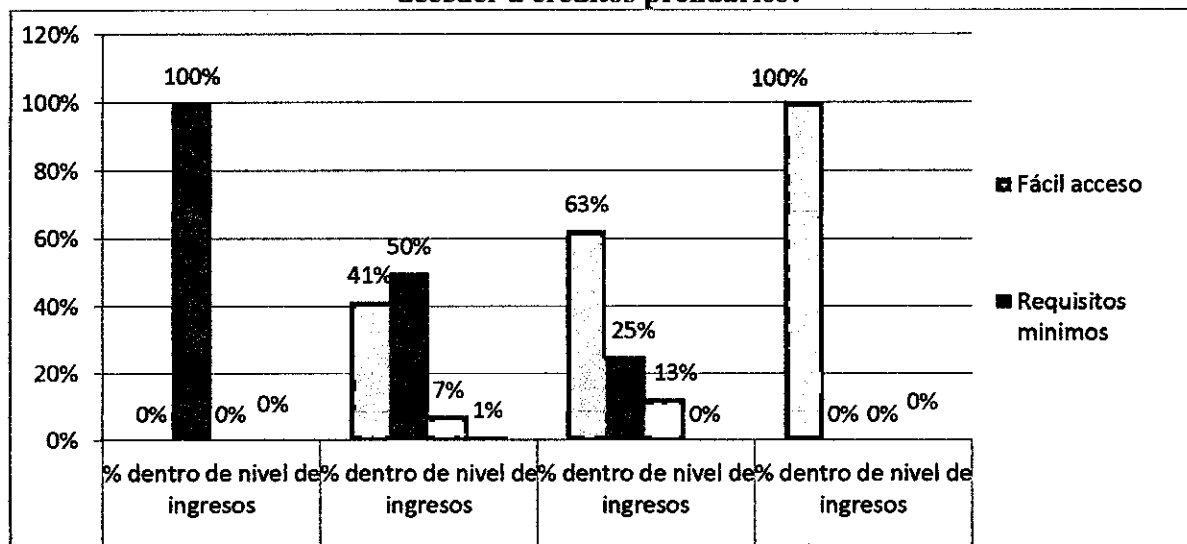
Como se muestra en la tabla N° 31 la población masculina y femenina suelen solicitar montos entre S/.100 -300 nuevos soles en un 45% y 37% respectivamente.

Tabla 32: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿Por qué razones prefiere acceder a créditos prendarios?

			¿Por qué razones prefiere acceder a créditos prendarios?				Total
			Fácil acceso	Requisitos mínimos	Tasas de interés bajas	Fácil refinanciamiento	
nivel de ingresos	Menos de s/.750	Recuento % dentro de nivel de ingresos	0 0%	6 100%	0 0%	0 0%	6 100%
	s/.750 -1500	Recuento % dentro de nivel de ingresos	34 41%	41 50%	6 7%	1 1%	82 100%
	S/.1501-2000	Recuento % dentro de nivel de ingresos	5 63%	2 25%	1 13%	0 0%	8 100%
	s/.2000 a más	Recuento % dentro de nivel de ingresos	1 100%	0 0%	0 0%	0 0%	1 100%
Total		Recuento % dentro de nivel de ingresos	40 41%	49 51%	7 7%	1 1%	97 100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 29: Grafico de contingencia nivel de ingresos * ¿por qué razones prefiere acceder a créditos prendarios?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

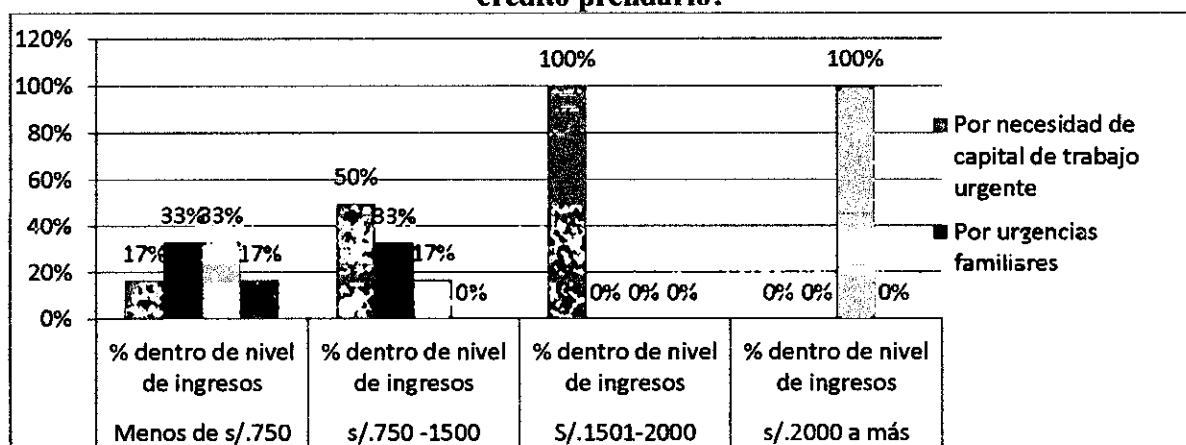
Como se muestra en la tabla N° 32 la población con un nivel de ingresos de s/.2000 a más suelen acceder a créditos prendarios por su fácil acceso en un 100%, mientras que las personas con ingresos menores a S/. 750 acceden a créditos prendarios por los requisitos mínimos en un 100%.

Tabla 33: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿Por qué razones ha solicitado su crédito prendario?

			¿Por qué razones ha solicitado su crédito prendario?				Total
			Por necesidad de capital de trabajo urgente	Por urgencias familiares	Para realizar pagos de otros préstamos	mensualidad udep	
nivel de ingresos	Menos de s/.750	Recuento % dentro de nivel de ingresos	1 17%	2 33%	2 33%	1 17%	6 100%
	s/.750 -1500	Recuento % dentro de nivel de ingresos	41 50%	27 33%	14 17%	0 0%	82 100%
	S/.1501-2000	Recuento % dentro de nivel de ingresos	8 100%	0 0%	0 0%	0 0%	8 100%
	s/.2000 a más	Recuento % dentro de nivel de ingresos	0 0%	0 0%	1 100%	0 0%	1 100%
Total		Recuento % dentro de nivel de ingresos	50 52%	29 30%	17 18%	1 1%	97 100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 30: Grafico de contingencia nivel de ingresos * ¿por qué razones ha solicitado su crédito prendario?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

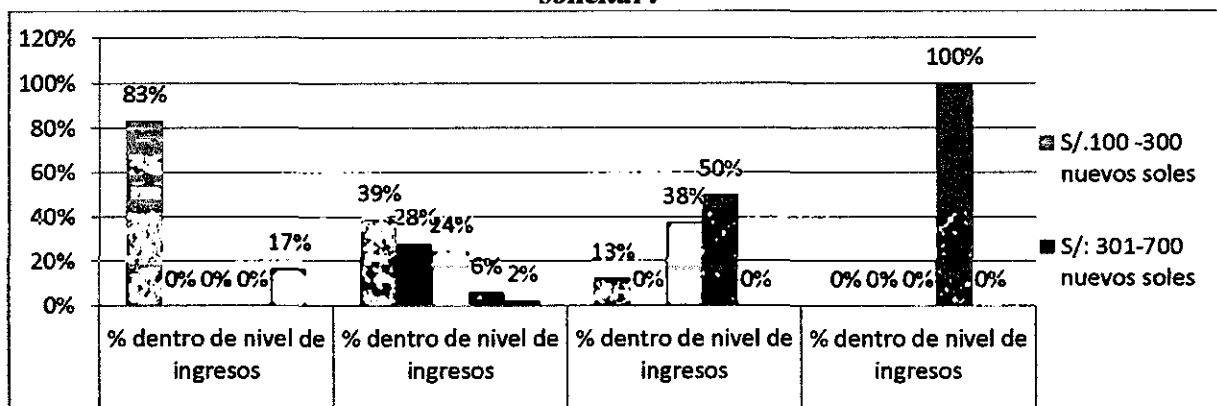
Como se muestra en la tabla N° 33 la población con un nivel de ingresos de s/.2000 a más dicen haber solicitado un crédito para realizar pagos en otros préstamos en un 100%, mientras que las personas con ingresos entre S/.1501-2000 dicen haber solicitado un crédito prendario por necesidad de capital de trabajo urgente en un 100%.

Tabla 34: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿Qué monto ha solicitado o suele solicitar?

			¿Qué monto ha solicitado o suele solicitar?					Total
			S/.100 - 300 nuevos soles	S/: 301-700 nuevos soles	S/. 701-1500 nuevos soles	S/.1501- 2000 nuevos soles	Más de S/. 2000 nuevos soles	
nivel de ingresos	Menos de s/.750	Recuento % dentro de nivel de ingresos	5 83%	0 0%	0 0%	0 0%	1 17%	6 100%
	s/.750 - 1500	Recuento % dentro de nivel de ingresos	32 39%	23 28%	20 24%	5 6%	2 2%	82 100%
	S/.1501- 2000	Recuento % dentro de nivel de ingresos	1 13%	0 0%	3 38%	4 50%	0 0%	8 100%
	s/.2000 a más	Recuento % dentro de nivel de ingresos	0 0%	0 0%	0 0%	1 100%	0 0%	1 100%
Total			38 39%	23 24%	23 24%	10 10%	3 3%	97 100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 31: Grafico de contingencia nivel de ingresos * ¿qué monto ha solicitado o suele solicitar?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

Como se muestra en la tabla N° 34 las personas que han solicitado montos entre s/. 100 - s/.300 en un 83% tienen un nivel de ingreso menor a S/.750, los que han solicitado montos entre S/.1501-2000 en un 100% están en un nivel de ingreso S/. 2000 a más.

Satisfacción del servicio de Casa Mazatlán

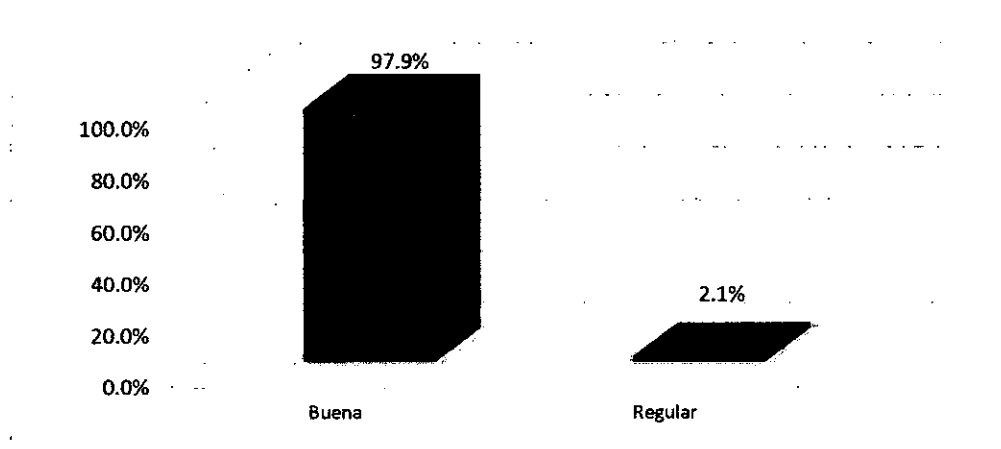
Además se determinó a través de la encuesta a los clientes de Casa Mazatlán como se encuentra la satisfacción del servicio que brinda Casa Mazatlán a sus clientes; en cuanto a infraestructura; capacidad de respuesta; el servicio global; y que tan dispuesto esta en recomendar los servicios de Casa Mazatlán.

Tabla 35: ¿Cómo califica la infraestructura de Casa Mazatlán en relación a la comodidad?

	Frecuencia	Porcentaje
Buena	95	97.9
Regular	2	2.1
Total	97	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 32: ¿Cómo califica la infraestructura de Casa Mazatlán en relación a la comodidad?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

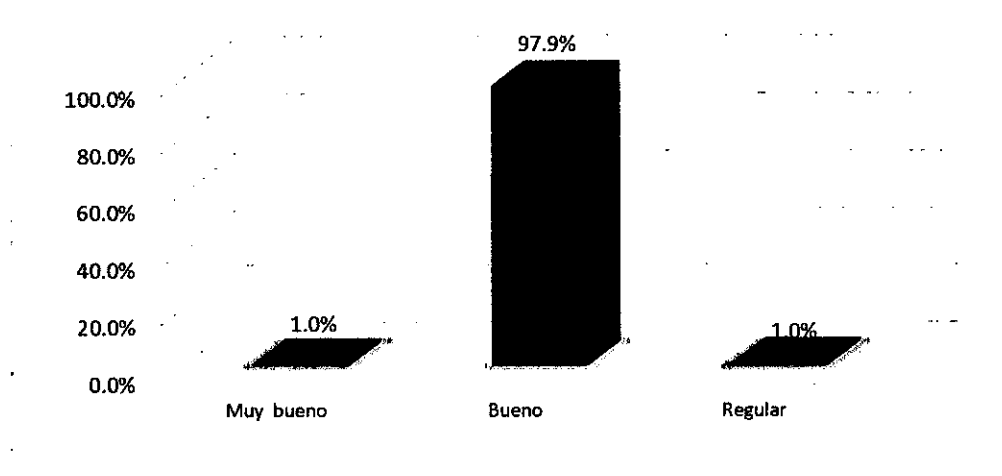
De acuerdo a la encuesta realizada a los clientes para conocer cómo califica el tiempo de espera en la atención de casa Mazatlán la mayoría de ellos opinan con un 98% que su atención es muy buena y un 2% dijo que la atención de casa Mazatlán es regular.

Tabla 36: ¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	1	1.0
Bueno	95	97.9
Regular	1	1.0
Total	97	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 33: ¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

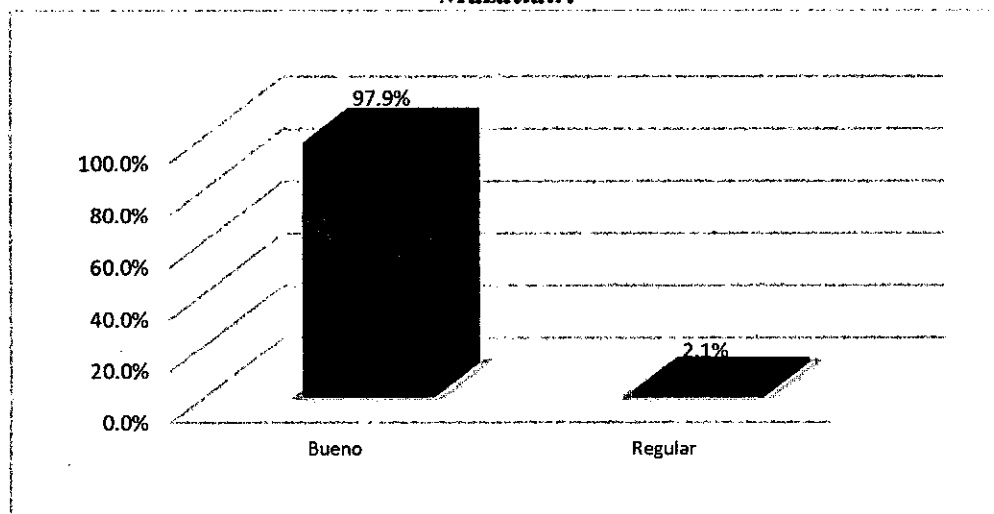
De acuerdo a la encuesta realizada a los clientes para saber cómo califica el tiempo de espera en la atención de caza Mazatlán, un 98% del total de encuestados considera que el tiempo de espera es muy bueno mientras que un 1% expresan que el tiempo de espera en la atención de dicho establecimiento es muy buena seguida de regular.

Tabla 37: ¿Cómo califica en general el servicio de créditos prendarios en Caza Mazatlán?

	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	95	97.9
Regular	2	2.1
Total	97	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 34: ¿cómo califica en general el servicio de créditos prendarios en Caza Mazatlán?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

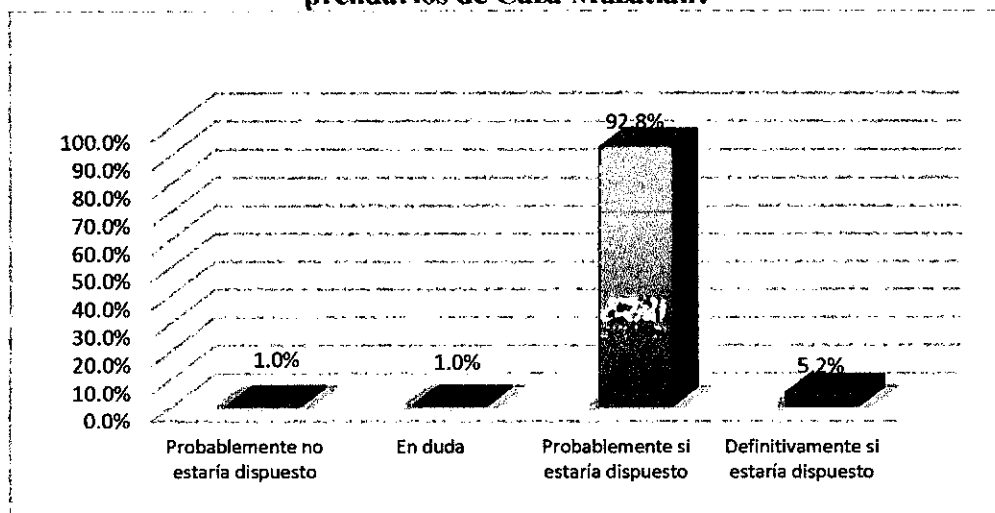
De acuerdo a la encuesta realizada a los clientes para conocer cómo califica en general el servicio de créditos prendarios en Caza Mazatlán, un 97.9% de los clientes considero que el servicio que se brinda en Caza Mazatlán es bueno, y un 2.1% dijo que el servicio de dicho establecimiento es regular. Así mismo los clientes tienen la necesidad de ver mejoras en el ambiente como aire acondicionado y agua.

Tabla 38: ¿Qué tan dispuesto estaría usted de recomendar el servicio de créditos prendarios de Caza Mazatlán?

	Frecuencia	Porcentaje
Probablemente no estaría dispuesto	1	1.0
En duda	1	1.0
Probablemente si estaría dispuesto	90	92.8
Definitivamente si estaría dispuesto	5	5.2
Total	97	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 35: ¿qué tan dispuesto estaría usted de recomendar el servicio de créditos prendarios de Caza Mazatlán?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

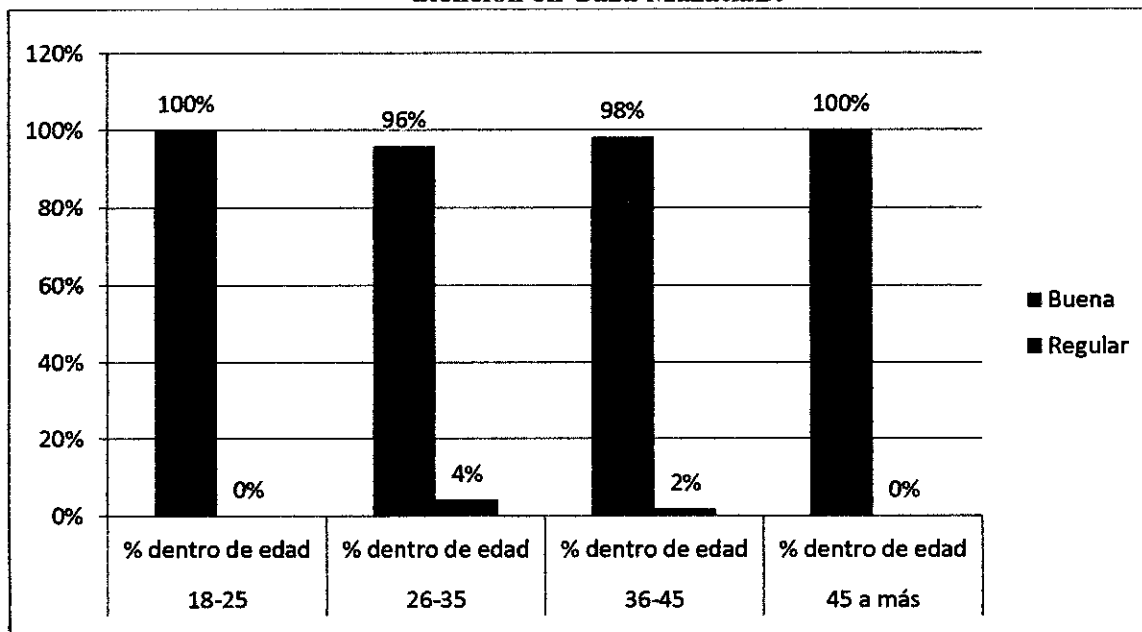
De acuerdo a la encuesta realizada a los clientes para saber qué tan dispuesto estaría en recomendar el servicio de créditos prendarios de caza Mazatlán, con un 93% dijo que probablemente si estaría dispuesto a recomendarlo, mientras que otro 5% dijo que definitivamente si estaría dispuesto a recomendar dicho establecimiento, y un 1% expreso que probablemente no estaría dispuesto a recomendar el negocio.

Tabla 39: Tabla de contingencia edad * ¿cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?

			¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?		Total
			Buena	Regular	
edad		Recuento	4	0	4
	18-25	% dentro de edad	100%	0%	100%
	26-35	Recuento	23	1	24
		% dentro de edad	96%	4%	100%
	36-45	Recuento	54	1	55
		% dentro de edad	98%	2%	100%
	45 a más	Recuento	14	0	14
% dentro de edad		100%	0%	100%	
Total	Recuento	95	2	97	
	% dentro de edad	98%	2%	100%	

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 36: Grafico de contingencia edad * ¿cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

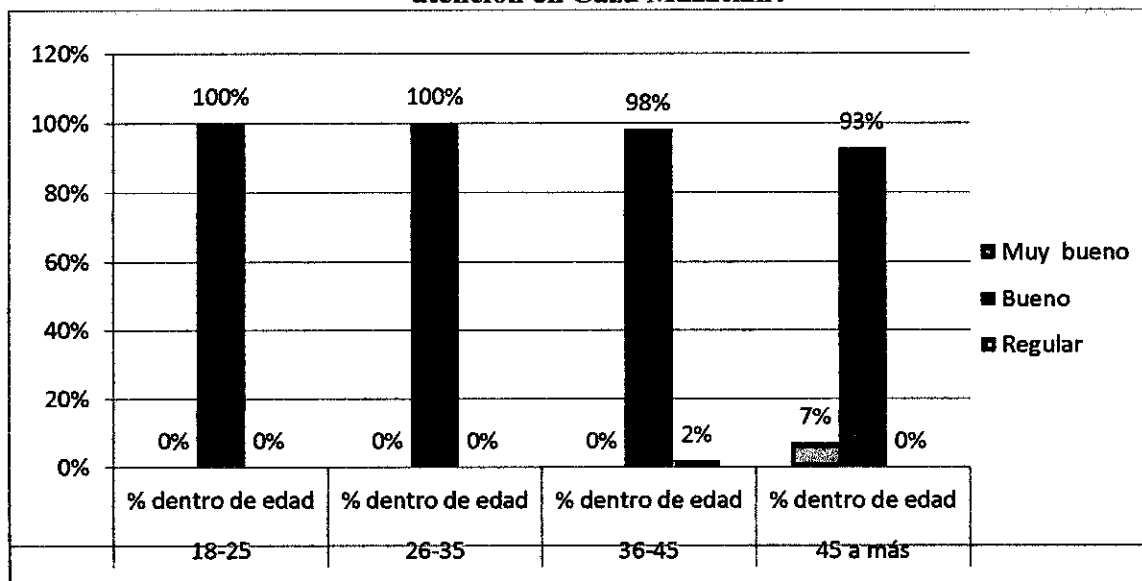
Como se muestra en la tabla N° 39 gran parte de la población encuestada califica el tiempo de espera de caza Mazatlán como buena en los diferentes rubros de edades.

Tabla 40: Tabla de contingencia edad * ¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?

			¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?			Total
			Muy bueno	Bueno	Regular	
edad	18-25	Recuento	0	4	0	4
		% dentro de edad	0%	100%	0%	100%
	26-35	Recuento	0	24	0	24
		% dentro de edad	0%	100%	0%	100%
36-45		Recuento	0	54	1	55
		% dentro de edad	0%	98%	2%	100%
45 a más		Recuento	1	13	0	14
		% dentro de edad	7%	93%	0%	100%
Total		Recuento	1	95	1	97
		% dentro de edad	1%	98%	1%	100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 37: Grafico de contingencia edad * ¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

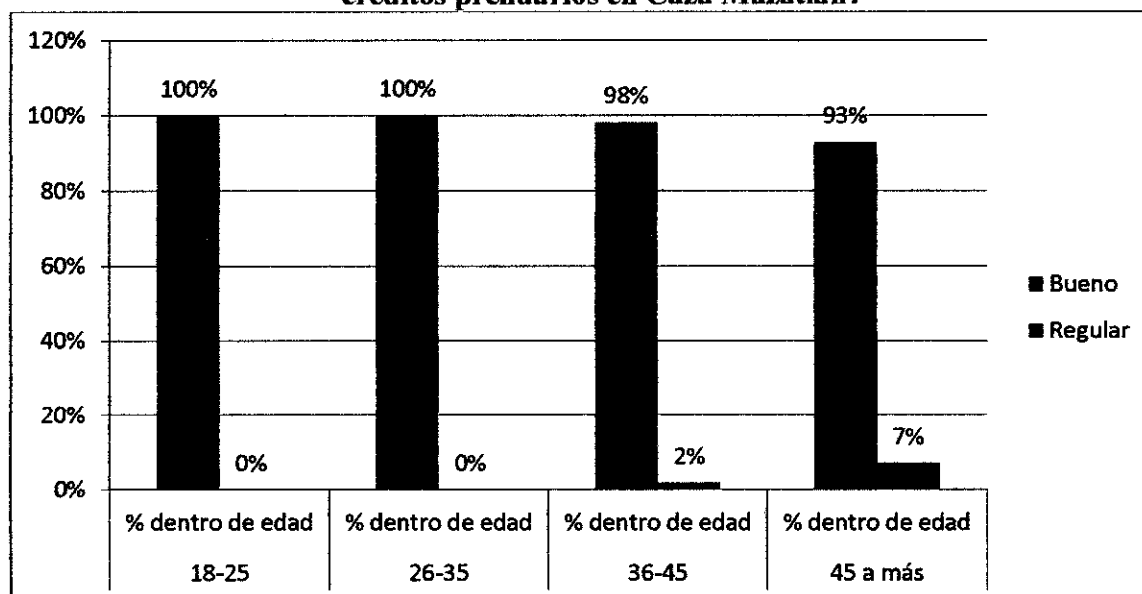
Como se muestra en la tabla N° 40 la mayoría de la población encuestada califica el tiempo de espera en la atención como buena en las diferentes edades.

Tabla 41: Tabla de contingencia edad * ¿cómo califica en general el servicio de créditos prendarios en Caza Mazatlán?

			¿Cómo califica en general el servicio de créditos prendarios en Caza Mazatlán?		Total
			Bueno	Regular	
edad		Recuento	4	0	4
	18-25	% dentro de edad	100%	0%	100%
		Recuento	24	0	24
	26-35	% dentro de edad	100%	0%	100%
36-45		Recuento	54	1	55
		% dentro de edad	98%	2%	100%
45 a más		Recuento	13	1	14
		% dentro de edad	93%	7%	100%
Total		Recuento	95	2	97
		% dentro de edad	98%	2%	100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 38: Grafico de contingencia edad * ¿cómo califica en general el servicio de créditos prendarios en Caza Mazatlán?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

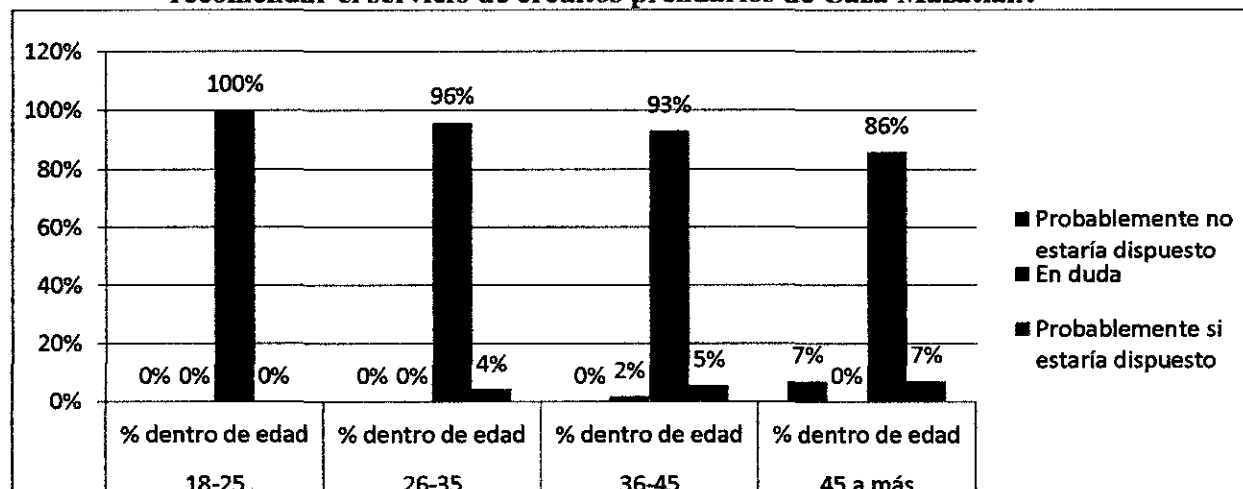
Como se muestra en la tabla N° 41 gran parte de la población encuestada califica el servicio de créditos en dicho negocio como bueno indiferentemente de su edad.

Tabla 42: Tabla de contingencia edad * ¿qué tan dispuesto estaría usted de recomendar el servicio de créditos prendarios de Caza Mazatlán?

		¿Qué tan dispuesto estaría usted de recomendar el servicio de créditos prendarios de Caza Mazatlán?				Total	
		Probablemente no estaría dispuesto	En duda	Probablemente si estaría dispuesto	Definitivamente si estaría dispuesto		
edad	18-25	Recuento	0	0	4	0	4
		% dentro de edad	0%	0%	100%	0%	100%
	26-35	Recuento	0	0	23	1	24
		% dentro de edad	0%	0%	96%	4%	100%
	36-45	Recuento	0	1	51	3	55
		% dentro de edad	0%	2%	93%	5%	100%
	45 a más	Recuento	1	0	12	1	14
		% dentro de edad	7%	0%	86%	7%	100%
Total	Recuento	1	1	90	5	97	
	% dentro de edad	1%	1%	93%	5%	100%	

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 39: Grafico de contingencia edad * ¿qué tan dispuesto estaría usted de recomendar el servicio de créditos prendarios de Caza Mazatlán?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

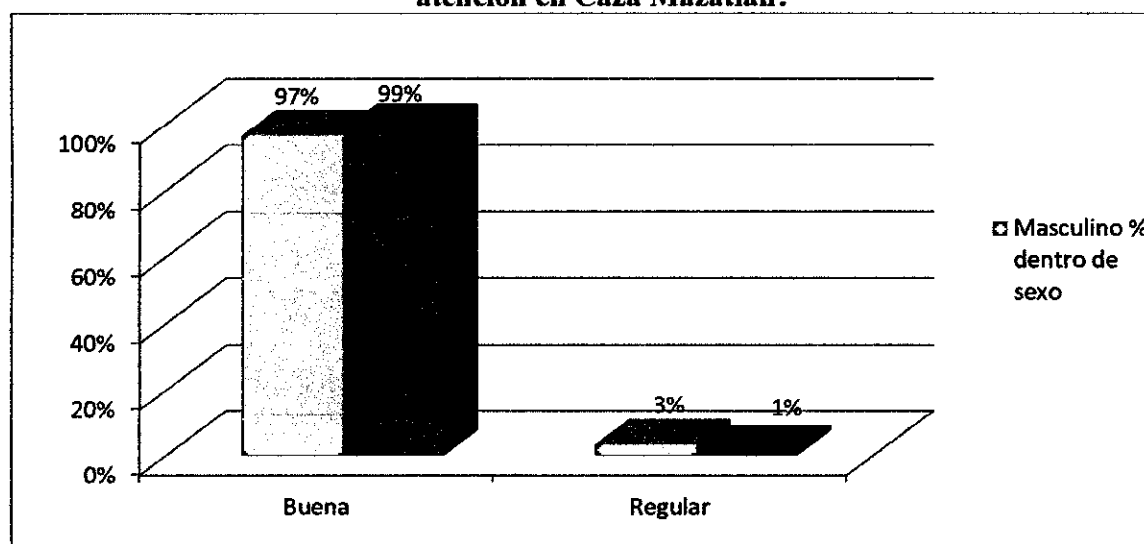
Como se muestra en la tabla N° 42 gran parte de la población encuestada expresaron que probablemente si estarían dispuestos a recomendar el servicio de créditos prendarios de caza Mazatlán, en las diferentes edades.

Tabla 43: Tabla de contingencia sexo * ¿cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?

			¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?		Total
			Buena	Regular	
sexo	Masculino	Recuento	28	1	29
		% dentro de sexo	97%	3%	100%
	Femenino	Recuento	67	1	68
		% dentro de sexo	99%	1%	100%
Total		Recuento	95	2	97
		% dentro de sexo	98%	2%	100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 40: Grafico de contingencia sexo * ¿cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

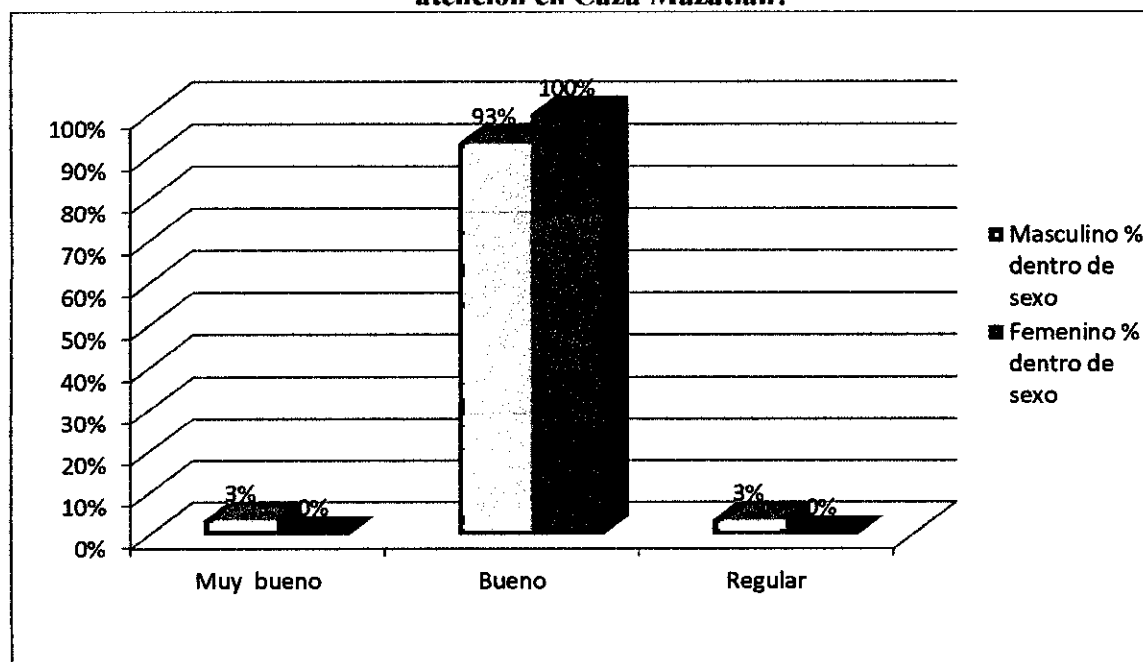
Como se muestra en la tabla N° 43 la población masculina y femenina dicen calificar el tiempo de espera en la atención en caza Mazatlán, como buena en un 97% y 99% respectivamente..

Tabla 44: Tabla de contingencia sexo * ¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?

		¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?			Total
		Muy bueno	Bueno	Regular	
sexo	Recuento	1	27	1	29
	% dentro de sexo	3%	93%	3%	100%
Masculino	Recuento	0	68	0	68
	% dentro de sexo	0%	100%	0%	100%
Femenino	Recuento	1	95	1	97
	% dentro de sexo	1%	98%	1%	100%
Total	Recuento	1	95	1	97
	% dentro de sexo	1%	98%	1%	100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 41: Grafico de contingencia sexo * ¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

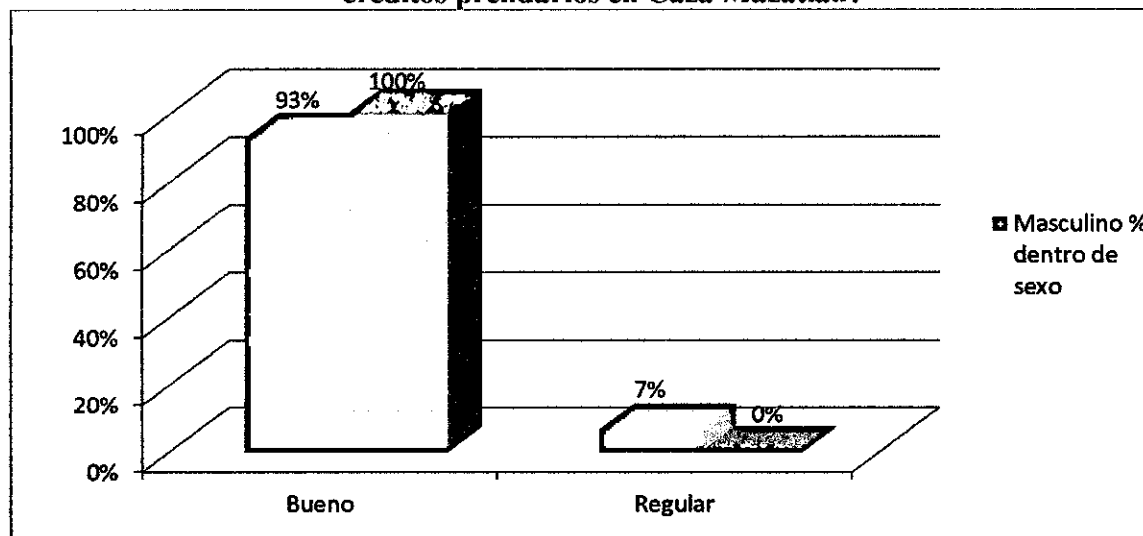
Como se muestra en la tabla N° 44 la población masculina y femenina califican el tiempo de espera en la atención de caza Mazatlán como bueno en un 93% y 100% respectivamente.

Tabla 45: Tabla de contingencia sexo * ¿cómo califica en general el servicio de créditos prendarios en Caza Mazatlán?

			¿Cómo califica en general el servicio de créditos prendarios en Caza Mazatlán?		Total
			Bueno	Regular	
sexo	Masculino	Recuento	27	2	29
		% dentro de sexo	93%	7%	100%
	Femenino	Recuento	68	0	68
		% dentro de sexo	100%	0%	100%
Total		Recuento	95	2	97
		% dentro de sexo	98%	2%	100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 42: Grafico de contingencia sexo * ¿cómo califica en general el servicio de créditos prendarios en Caza Mazatlán?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

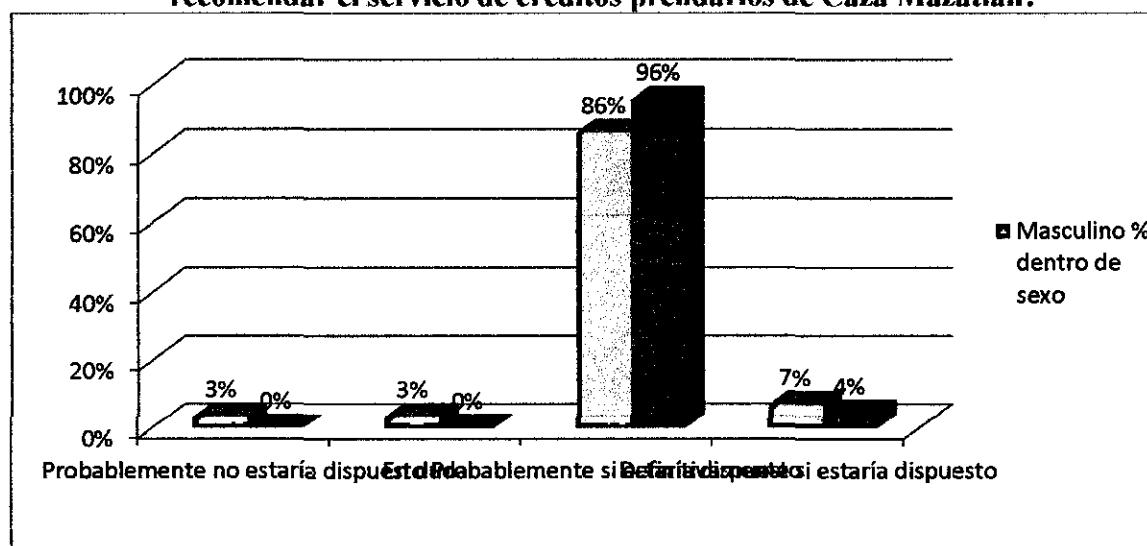
Como se muestra en la tabla N° 45 la población masculina y femenina califican el servicio de créditos de caza Mazatlán muy bueno en un 93% y 100% respectivamente.

Tabla 46: Tabla de contingencia sexo * ¿Qué tan dispuesto estaría usted de recomendar el servicio de créditos prendarios de Caza Mazatlán?

		¿Qué tan dispuesto estaría usted de recomendar el servicio de créditos prendarios de Caza Mazatlán?				Total
		Probablemente no estaría dispuesto	En duda	Probablemente si estaría dispuesto	Definitivamente si estaría dispuesto	
sexo	Recuento	1	1	25	2	29
	% dentro de sexo	3%	3%	86%	7%	100%
Masculino	Recuento	0	0	65	3	68
	% dentro de sexo	0%	0%	96%	4%	100%
Femenino	Recuento	1	1	90	5	97
	% dentro de sexo	1%	1%	93%	5%	100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 43: Grafico de contingencia sexo * ¿Qué tan dispuesto estaría usted de recomendar el servicio de créditos prendarios de Caza Mazatlán?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

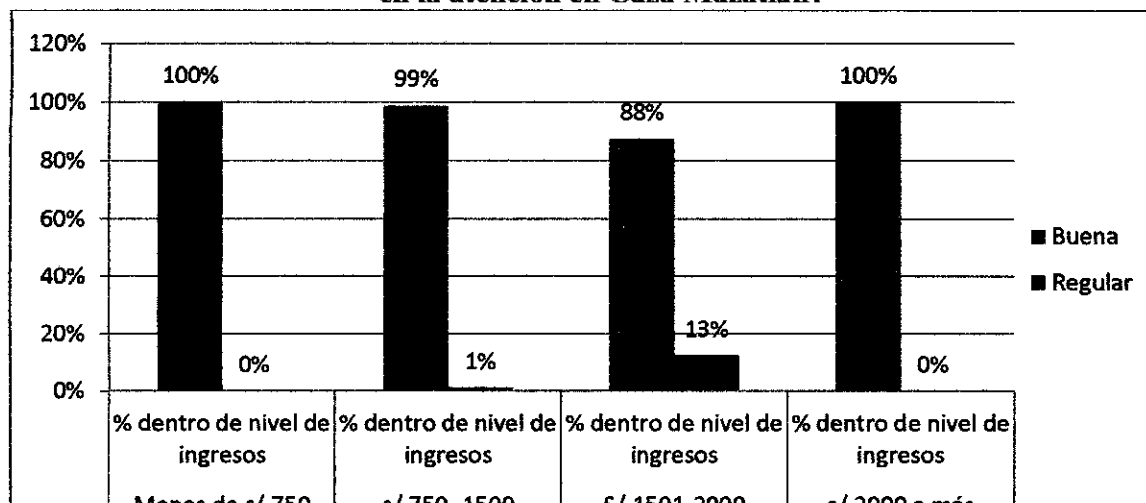
Como se muestra en la tabla N° 46 la población masculina y femenina dijeron estar probablemente dispuestos a recomendar el servicio de créditos prendarios de caza Mazatlán en un 86% y 96% respectivamente.

Tabla 47: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?

			¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?		Total
			Buena	Regular	
nivel de ingresos	Menos de s/.750	Recuento % dentro de nivel de ingresos	6 100%	0 0%	6 100%
	s/.750 -1500	Recuento % dentro de nivel de ingresos	81 99%	1 1%	82 100%
	S/.1501-2000	Recuento % dentro de nivel de ingresos	7 88%	1 13%	8 100%
	s/.2000 a más	Recuento % dentro de nivel de ingresos	1 100%	0 0%	1 100%
Total		Recuento % dentro de nivel de ingresos	95 98%	2 2%	97 100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 44: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

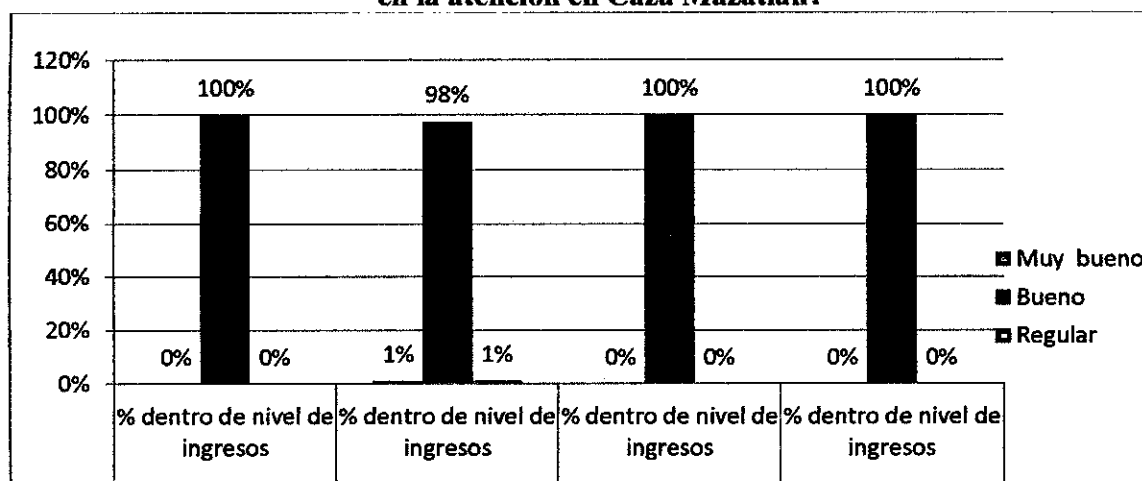
Como se muestra en la tabla N° 47 la población indistintamente de su nivel de ingresos califican el tiempo de espera en la atención en caza Mazatlán es buena.

Tabla 48: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?

			¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?			Total
			Muy bueno	Bueno	Regular	
nivel de ingresos	Menos de s/.750	Recuento	0	6	0	6
		% dentro de nivel de ingresos	0%	100%	0%	100%
	s/.750 -1500	Recuento	1	80	1	82
		% dentro de nivel de ingresos	1%	98%	1%	100%
	S/.1501-2000	Recuento	0	8	0	8
		% dentro de nivel de ingresos	0%	100%	0%	100%
	s/.2000 a más	Recuento	0	1	0	1
		% dentro de nivel de ingresos	0%	100%	0%	100%
Total	Recuento	1	95	1	97	
	% dentro de nivel de ingresos	1%	98%	1%	100%	

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 45: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Caza Mazatlán?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

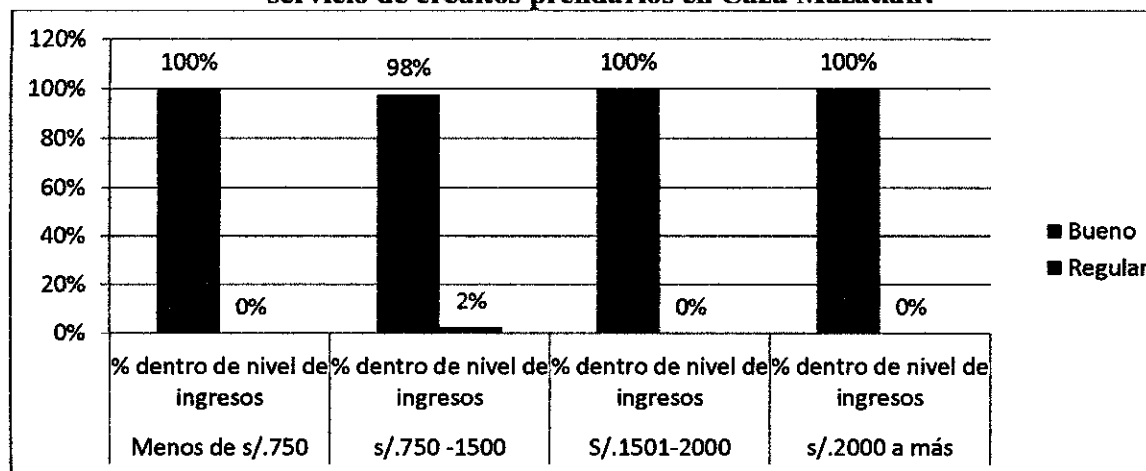
Como se muestra en la tabla N° 48 la población califica el tiempo de espera en la atención de caza Mazatlán como buena en las diferentes edades.

Tabla 49: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿cómo califica en general el servicio de créditos prendarios en Caza Mazatlán?

			¿Cómo califica en general el servicio de créditos prendarios en Caza Mazatlán?		
			Bueno	Regular	Total
nivel de ingresos	Menos de s/.750	Recuento % dentro de nivel de ingresos	6 100%	0 0%	6 100%
	s/.750.-1500.	Recuento % dentro de nivel de ingresos	80 98%	2 2%	82 100%
	S/.1501-2000	Recuento % dentro de nivel de ingresos	8 100%	0 0%	8 100%
	s/.2000 a más	Recuento % dentro de nivel de ingresos	1 100%	0 0%	1 100%
Total		Recuento % dentro de nivel de ingresos	95 98%	2 2%	97 100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 46: Grafico de contingencia nivel de ingresos * ¿cómo califica en general el servicio de créditos prendarios en Caza Mazatlán?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

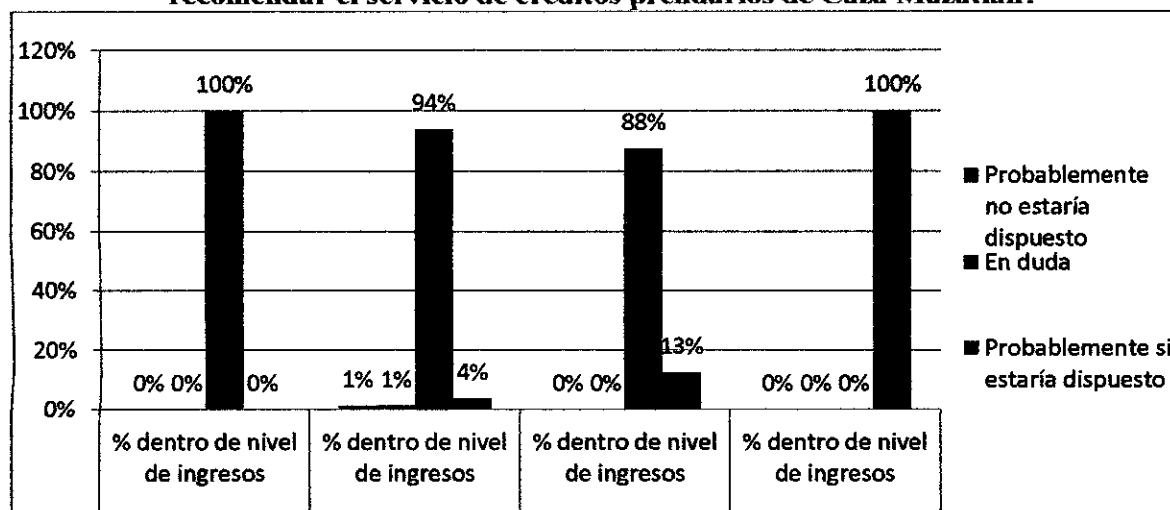
Como se muestra en la tabla N° 49 la población califica el servicio de créditos prendarios en caza Mazatlán como bueno en diferente nivel de ingresos.

Tabla 50: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿qué tan dispuesto estaría usted de recomendar el servicio de créditos prendarios de Caza Mazatlán?

			¿Qué tan dispuesto estaría usted de recomendar el servicio de créditos prendarios de Caza Mazatlán?				Total
			Probablemente no estaría dispuesto	En duda	Probablemente si estaría dispuesto	Definitivamente si estaría dispuesto	
nivel de ingresos	Menos de S/.750	Recuento % dentro de nivel de ingresos	0 0%	0 0%	6 100%	0 0%	6 100%
	S/.750 -1500	Recuento % dentro de nivel de ingresos	1 1%	1 1%	77 94%	3 4%	82 100%
	S/.1501-2000	Recuento % dentro de nivel de ingresos	0 0%	0 0%	7 88%	1 13%	8 100%
	S/.2000 a más	Recuento % dentro de nivel de ingresos	0 0%	0 0%	0 0%	1 100%	1 100%
Total		Recuento % dentro de nivel de ingresos	1 1%	1 1%	90 93%	5 5%	97 100%

Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Gráfico 47: Tabla de contingencia nivel de ingresos * ¿que tan dispuesto estaría usted de recomendar el servicio de créditos prendarios de Caza Mazatlán?



Fuente: Resultados de la encuesta. Elaboración Propia (La autora)

Interpretación:

Como se muestra en la tabla N° 50 la población dice que estaría probablemente dispuestos a recomendar el servicio de créditos prendarios de caza Mazatlán en un 100% con ingresos menores a S/. 750 y definitivamente si estaría dispuestos a recomendar el servicio de créditos prendarios de casa Mazatlán mayores a S/. 2000 a más.

4.4. Discusión de Resultados

De acuerdo a los objetivos de la investigación se presenta la discusión de los resultados:

De acuerdo a la investigación se determinó que **la oferta** en la ciudad de Piura de créditos prendarios está conformada por 06 entidades incluyendo la unidad de análisis; de las cuales 03 se encuentran en el sistema financiero por lo cual están supervisadas por la SBS, y 03 no pertenecen al sistema financiero pero son consideradas y registradas en la SBS como casas de empeño.

En la investigación de Abril y Estrada (2008) se determinó que en Ecuador existe un total de 22 entidades prendarias con más de 180 sucursales en todo el país, de las cuales actualmente existen 11 Montes de Piedad.

A su vez Padilla (2012) en cuanto al análisis de la competencia de acuerdo al modelo de negocio de la Caja Metropolitana de Lima en Perú, cuenta con 33 oficinas, de las cuales 22 están ubicadas en Lima Metropolitana, 1 en el Callao y 10 en provincia.

De acuerdo a las investigaciones determinamos que la oferta de créditos prendarios en la ciudad de Piura va en crecimiento para este tipo de empresas, en las diferentes antecedentes muestra un crecimiento de este rubro en diferentes países, como se observa en las tesis mencionadas anteriormente. El mercado de créditos prendarios va en crecimiento y tiene mucha acogida.

La caracterización de oferta de créditos prendarios en la ciudad de Piura se basó en tipos de créditos, montos, accesibilidad al crédito, las tasas de interés y el tipo de cobranza;

se evidenció que la mayoría de entidades presentan el crédito prendario por Joyas, mientras que solamente Inversiones La Cruz, Don Préstamo también realizan préstamos con artefactos al igual que Casa Mazatlán; en cuanto a los montos se determinó que generalmente se basan en el valor de tasación del oro y la cantidad de gramos de la joya, en cuanto a los artefactos se determinan de acuerdo a criterio de la entidad y la vida útil del electrodoméstico u artefacto; en la investigación de Padilla (2012) además se evidencia que es atractivo el monto de compra dado por el valor del gramo de oro que ofrecen estas casas, los cobros de estas casas comerciales por la retroventa son onerosos para sus clientes.

Según la investigación realizada se llega a la conclusión al igual que la Tesis de Padilla (2012) que los clientes acceden a créditos prendarios por los montos que les ofrecen en valor al gramo de oro y la facilidad de pago.

En cuanto a **las tasas de interés**, se evidenció que las entidades no reguladas por la SBS, caso de Inka Cash con una tasa de interes de 9.91%, Don Préstamo con su tasa de interes de 5.5% y Casa Mazatlán la tasa de interés de 4.96%, las tasas de interes son más bajas que en las entidades reguladas, por ello es que la demanda para este tipo de crédito va en aumento en casas de empeño. Como señala Abril y Estrada (2008) existen prestamistas de negocios ilícitos que existen en la zona y que cobran altos intereses a los pobladores. También señalan que las fuentes de financiamiento a que los pobladores tienen acceso son los Bancos, préstamo a familiares y a los chulqueros, las personas no acuden a los Bancos por la serie de requisitos y el tiempo en el que se demora hasta obtener un préstamo; prestan a familiares pero, como tampoco tienen muchas veces para prestar

acuden por necesidad a los chulqueros², acotando que son lugares empeñan sus joyas, pero son explotados por los intereses altos que cobran en el local.

En cuanto **al tipo de cobranza** no existe mucha diferenciación ya que todas las entidades ofrecen la oportunidad de refinanciamiento, algunos cobrando costes, otros sin costes pero existe la oportunidad de no perder la joya, beneficiando al cliente.

De acuerdo a la investigación de Arriola (2005) se evidencia en la caracterización de la oferta que Guateprenda es una empresa de Préstamos Prendarios, con respaldo financiero de National Pawnbrokers Association (Asociación Nacional de Empresas de Préstamos en Estados Unidos), el tiempo para otorgar préstamos en promedio es de 20 minutos por Préstamo; los trámites son mínimos y se basan en la Valuación, contrato y firma; existen varias agencias colocadas en diversos centros comerciales de la ciudad capital, e incluso en el interior del país, cuentan con un servicio al Cliente Personalizado y especial para la persona que necesita un préstamo prendario. Coincidimos con la investigación de Arriola (2005) en el tiempo promedio por préstamos que es 20 minutos, los trámites son mínimos y también cuenta con servicios interconectados para los clientes en diferentes zonas del país.

Por otro lado en cuanto **al perfil competitivo** se evidencia que Caja Piura e Inversiones La Cruz son las entidades que tienen más años en el mercado y experiencia en el tipo de crédito prendario; por lo cual además de otros factores son las que tienen mayor demanda. Por su parte en la investigación de Abril y Estrada (2008) en relación al análisis

² chulqueros: personas que brindan prestamos

de los préstamos promedio mensual concedidos entre el Monte de Piedad de La Libertad y de Milagro se puede observar que existe una mayor demanda en La Libertad.

Arriola. (2005) determinó que en el mercado guatemalteco no existía suficiente oferta de préstamos prendarios, por lo que se considera un mercado con potencial de expansión. Debido al nivel socioeconómico de la población, se ha detectado una oportunidad de negocio que no está siendo explotada en su totalidad. Muy similar a la situación que se vive actualmente en Piura donde se evidencia que es una buena oportunidad de negocio para expandir en el número de agencias para créditos prendarios.

Al comparar la demanda de **género** en créditos prendarios en la ciudad de Piura, presenta las siguientes características: el género femenino en un 70% es quien más demanda este tipo de créditos, mientras que el sexo masculino es un 30%; como la investigación de Baquedano, Murillo, Tanchiva y Vargas (2006) se ha determinado que los clientes son mujeres 65% ; mientras que Arriola (2005) determinó que la demanda es de ambos sexos, con una ligera predominancia del género masculino con un 54%; al igual que en la investigación de Abril y Estrada (2008) que se determinó con una participación mayor de hombres en un 58%.

Según la investigación el género que demanda mayor créditos prendarios es el sexo femenino ya que son las que compran sus joyas de oro, además son las menos expuestas a los robos al momento de algún empeño, pero Abril y Estrada (2008) determinó que el sexo con la mayor participación es masculino contradiciendo a los demás autores, siendo el hombre quien realiza los movimientos financieros y la búsqueda de dinero rápido para satisfacer algunas necesidades de trabajo que se presenten.

Refiriéndose a **los rangos de edad** se determinó que la demanda está comprendida entre personas de 26 a 45 años con mayor representatividad; en la investigación de Abril y Estrada (2008) las edades predominantes oscilan entre 25 y 35 años; en la investigación de Arriola (2005) en las edades de la demanda no existe un rango representativo pero el rango de 26 – 33 años representa el 18%.

En los rangos de edades nos indica que las personas son jóvenes y tienen muchas aspiraciones, metas y sueños que cumplir por lo tanto trata de buscar efectivo para realizar sus proyectos.

En cuanto al **nivel socioeconómico** se evidencia que la demanda está constituida por personas con ingresos medios en 85%; Abril y Estrada (2008) señalan que la demanda posee un estrato social medio en un 52%, seguido de un 22,88% nivel medio bajo; por su parte Arriola (2005) remarca que la demanda en general es de estrato bajo en un 48%. En tanto Baquedano, Murillo, Tanchiva y Vargas (2006) determinaron que los clientes pertenecen al nivel socioeconómico B y C en un 5%, siendo generalmente amas de casa y comerciantes.

Según la literatura se evidencia que las personas de nivel socioeconómico que acceden a un crédito prendario hasta la actualidad son de nivel medio, debido a que poseen más joyas de oro de diferente quilates y objetos de valor, así mismo las del nivel bajo también acceden a los créditos prendarios pero con menor frecuencia y solo al empeño de artefactos o prendas de oro. Las personas de clase alta también están accediendo a los préstamos con joyas pero en menor cantidad, lo que permite que el mercado de créditos prendarios siga creciendo favorablemente para la clase alta.

Además se determinó que el 23% accede a un crédito prendario desde hace 02 a 03 años que ha tomado mayor relevancia ; donde las razones de acceder a este tipo de crédito generalmente son por el fácil acceso según el 41% de los clientes y debido a requisitos mínimo en un 51%; por lo tanto la frecuencia de contar con este tipo de crédito es eventual en un 74%; Abril y Estrada (2008) señalan que el 51% de los pobladores realiza préstamos una vez al año y el 17,71% de los habitantes realiza préstamos 2 veces al año: también El 54,61% expresó que su principal inconveniente son los requisitos y el tiempo que tienen que esperar para obtener un préstamo en entidades financieras. Por ende el 29,15% recurre a los Bancos al momento de pedir un préstamo y el otro gran porcentaje realiza préstamos a familiares y prestamistas ilegales un 19,56% y 18,82% respectivamente.

Por lo que se observa que los clientes confirman que acuden a las casas de empeños debido a los requisitos mínimos, al fácil acceso, el tiempo de espera es adecuado y coinciden también en sus préstamos son eventuales y esto les ahorra gran tiempo y facilidad para la adquisición del dinero requerido, lo cual permite al cliente satisfacer sus necesidades.

Nuestras indagaciones determinaron que el **monto de préstamo** que se suele obtener fluctúa entre S/.. 100 a 300 nuevos soles en un 39,2%; mientras que en un porcentaje promedio de 23,7% suelen registrar montos de S/. 301 a 1500 nuevos soles; en la investigación de Abril y Estrada (2008) el 41% de las personas encuestadas expresan que solicitan montos de entre 500 y 2.000 dólares, otro monto significativo que solicitan son los menores a 500 dólares que son el 39% de los encuestados.

Los montos de préstamo según nuestra investigación son montos en la mayoría bajos, lo contrarios de los montos de préstamo según Abril y Estrada para los cuales la mayoría demandan montos grandes ya que hay frecuencia de préstamos y mayoría de agencias, lo contrario con nuestra investigación que estas casas de empeño son recientes en el mercado y se están haciendo conocidas por lo tanto no hay mucha confianza aun al solicitar préstamos con montos elevados.

De acuerdo a la encuesta realizada a los clientes para saber las **razones por las cuales ha solicitado un crédito prendario** se constató que un 52% ha solicitado su crédito prendario por necesidad de capital de trabajo urgente, un 30% manifestó que solicito su crédito por urgencias familiares, un 17% dijo que la razón por la que solicito su crédito prendario fue para realizar pagos de otros préstamos; por lo que se concluye de manera general que este tipo de crédito satisfacen urgencias de tipo familiares o necesidad de capital de trabajo; en la investigación de Abril y Estrada (2008) se determinó en el estudio de mercado mediante las entrevistas que los habitantes de La Libertad desean la apertura de este servicio de préstamo prendario porque ayudará solidariamente a financiar ciertas necesidades que tienen los habitantes del sector; como financiar sus necesidades básicas de alimentación, estudios, vivienda y de inversión en algún negocio; además ayudan a aliviar sus necesidades de dinero pagando un interés razonable. También se evidencia que los empresarios solicitan este tipo de créditos para poder salir de las eventualidades, ya que pueden tener mayor acceso a los préstamos, pero sin numerosos requisitos; el mayor uso es para ampliar el negocio que representa el 37,27% y el segundo uso más común es la de consumo propio que es el 33,58% en caso de

personas naturales. Así mismo en la investigación de Baquedano, Murillo, Tanchiva y Vargas (2006) se evidencia que el Crédito Pignoraticio; responde a las necesidades urgentes de efectivo de los clientes sin mayores trámites a la sola presentación de su DNI y una prenda de oro, la cual se queda en garantía a cambio de un crédito con una tasa de interés adelantada; lo consideran como un servicio alternativo ante una urgencia económica (pago de pensiones, tarjetas de crédito, salud, viaje, etc.).

En nuestra investigación y los diferentes autores coincidimos que la mayoría solicita un préstamo de crédito prendario para satisfacer necesidades familiares y urgencias de dinero para trabajo y los requisitos mínimos. Abril y Estrada (2008) indican que los empresarios solicitan este tipo de créditos para poder salir de las eventualidades, ya que pueden tener mayor acceso a los préstamos, pero sin los numerosos requisitos como las entidades bancarias lo piden; el mayor uso es para ampliar el negocio o salir de alguna urgencia, en nuestra investigación los empresarios aun no acceden a este tipo de créditos en su mayoría debido al poco conocimiento de las casa de empeños y al número de entidades que hay en la ciudad.

Finalmente en nuestro estudio se determinó que la demanda suele dejar prendas o joyas de oro en un 77%; como en la investigación de Arriola (2005) donde el 56% de la demanda poseen joyas para su empeño, así mismo en la investigación de Baquedano, Murillo, Tanchiva y Vargas (2006) la demanda poseen joyas en un 62%; caso contrario que en la investigación de Abril y Estrada (2008) donde el 46% manifestaron que están dispuestos a preñar sus artefactos y un 32% personas joyas.

Coincidimos que la mayor parte de préstamos son con garantía de joyas, así mismo en pocas cantidades lo hacen con garantías de artefactos debido a los montos que se ofrecen por los artículos que llevan a empeñar, sin embargo para Abril y Estrada (2008) la mayoría de préstamos son con artefactos eléctricos debido a que los montos que cotizan son elevados, en el caso de Casa Mazatlán no entrega valores elevados a los artefactos porque con el tiempo estos suelen devaluarse y se evita correr el riesgo de pérdida de capital.

V. CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados de la investigación; se concluye en relación a los objetivos que:

- Casa Mazatlán influye positivamente en la satisfacción de necesidades tanto para las personas naturales ante eventos urgentes como salud, alimentación o pagos varios; como para satisfacción suntuosa en viajes o compras de uso personal; así mismo para personas jurídicas (MYPE) el fácil acceso a crédito ante ausencia de liquidez, capital de trabajo o pago de proveedores permite el cumplimiento de obligaciones de pago o realizar actividades como microempresa.
- Las características de la oferta de créditos prendarios en la ciudad de Piura, se basan en 5 empresas que otorgan montos de crédito desde S/.100 nuevos soles hasta S/. 1500 Nuevos soles hasta montos más elevados; dependiendo de la cotización del gramo de oro; presentan además opciones de refinanciamiento para no perder la prenda o artefacto en empeño; las tasas de interés son variadas según se trate de clientes nuevos y antiguos, Caja Piura 5% y 6%, Caja Trujillo 8.26% y 10.66%, Inversiones la Cruz 6.59%, 12.98% y 12.98% para artefactos, Inka Cash 5.95% y 9.91%, Don Préstamo respectivamente 5.5%, en artefactos 11.50% y depende generalmente si las entidades están reguladas o no por la SBS; existen básicamente dos tipos de créditos prendarios los de garantía de joyas y garantía de artefactos electrodomésticos; se evidencia una oferta considerable para este tipo de crédito.
- La característica de la oferta de crédito prendarios de Casa Mazatlán se basan en ofrecer créditos a partir de 60 soles a más, dependiendo gramos de oro, además ofrecemos prestamos en joyas de plata a partir de 40 gramos, presenta además

opciones de refinanciamiento, sus tasas de interés que ofrecen son según el tipo de cliente nuevos y antiguos, 4.96%, 6.37% y para artefactos 11.68%, casa Mazatlán es un entidad que no está regulada por la SBS, existe básicamente tres tipos de créditos prendarios que ofrece en joyas de oro, joyas de plata y artefactos electrodomésticos, se observa que tiene una gran acogida este tipo de créditos. casa Mazatlán es una empresa que no tiene un sistema interconectado para efectuar los cambios de tasas de interés, además no se presenta una segmentación del oro con respecto al valor del monto de préstamo.

- Las características de la demanda de créditos prendarios de Casa Mazatlán; se describe como una demanda creciente, debido a la facilidad de acceso y número de requisitos; donde el perfil de la demanda son personas perteneciente al género femenino; edades comprendidas entre 26 a 45 años; personas con ingresos medios entre S/. 750 a 1500 nuevos soles; en su mayoría suelen prestar entre S/. 100 a 300 nuevos soles; las razones de acceder a este tipo de crédito son por el fácil acceso debido a requisitos mínimos; y la frecuencia de contar con este tipo de crédito es eventual.
- En cuanto a que necesidades satisfacen la modalidad de crédito prendario se determinó que los clientes acceden a un crédito prendario; por necesidad de capital de trabajo urgente, por urgencias familiares, y para realizar pagos de otros préstamos ya sea tarjetas, pago de proveedores, o préstamos a terceros. En cuanto a la satisfacción; los clientes de Casa Mazatlán se encuentran satisfechos con el crédito prendario que brindan; desde la atención que se les brinda; hasta los procesos que se

realizan para la obtención del crédito. Además los clientes necesitan un mejor ambiente en la sala de espera.

VI. RECOMENDACIONES

Las principales recomendaciones de la investigación se basan en:

- Se recomienda a Casa Mazatlán establecer un sistema interconectado con sus agencias en Piura y con la toma de decisiones directa con la agencia central en México para el cambio de tasas de interés a los clientes preferenciales.
- Se sugiere a casa Mazatlán que identifique los tipos de crédito prendario que brinda con nombres que representen la marca, tanto para el crédito de joyas o prendas; como para el crédito de artefactos o electrodomésticos; mediante segmentación establecer tasas de interés para oro de 14 k, 18 k, 21 k a personas naturales diferentes a personas jurídicas, y por ende los montos de crédito, en cuanto a las opciones de refinanciación, mantener políticas que de alguna manera fidelicen a clientes.
- Se recomienda a Casa Mazatlán realizar campañas de publicidad enfocadas a los perfiles determinados, de manera trimestral de tal forma que se atraiga mayor número de clientes a Casa Mazatlán, siempre poniendo énfasis en el fácil acceso debido a requisitos mínimos.
- Se recomienda a Casa Mazatlán que sus volantes de publicidad presenten distintos modelos enfocados en las necesidades que satisfacen el tipo de crédito prendario, y encajando con el perfil determinado de la demanda. Además se recomienda seguir manteniendo los estándares de nivel de

atención, calidad de servicio y cálida infraestructura para la comodidad de los clientes.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arellano (2000) Los estilos de vida en el Perú: Como somos y pensamos los peruanos del siglo XXI. Investigación de marketing.

Biznews (2013) Banco de Comercio busca mayor participación en créditos pignoraticios. Publicado el 10 de junio de 2013. Visto en: <http://biznews.pe/noticias-empresariales-nacionales/banco-comercio-busca-mayor-participacion-creditos-pignoraticios>

Bygrave y Zacharakis (2008) The Portable MBA in Entrepreneurship. 4ta edición. Editorial MBA. Visto en: <http://books.google.com.pe/books?id=BmFGVNPSjrkC&pg=PT98&lpg=PT98&dq=Bygrave+y+Zacharakis+%282008%29+The+Portable+MBA+in+Entrepreneurship&source=bl&ots=ZOaOG3P9wL&sig=N2htCjEq3OIdh9YISFyJPhaeEoM&hl=es&sa=X&ei=NUDtUryKCoaayQHcsYHABw&ved=0CDsQ6AEwAg#v=onepage&q=Bygrave%20y%20Zacharakis%20%282008%29%20The%20Portable%20MBA%20in%20Entrepreneurship&f=false>

Caja Municipal de Pisco S.A (2012) Crédito prendario. Fórmula para cálculo de intereses de crédito prendario. Recuperado de: <http://www.cmacpisco.com/files/Formulas/CartillaCreditoPrendario.pdf>

Caja Piura (2014) Créditos de consumo: Prendario. Visto en: <http://www.cajapiura.pe/prod/credpre.jsp>

Class & Asociados (2012) Informe sectorial: Sistema financiero peruano. Recuperado de: <http://classrating.com/sisfin2012.pdf>.

Créditos.com.pe (2011). ¿Qué es un crédito prendario? Fecha de publicación: 29 de octubre de 2011. Visto en: <http://www.creditos.com.pe/que-es-un-credito-prendario/>.

Gitman, Lawrence J. (2003) Fundamentos de Administración Financiera. Editorial Prentice Hall.

Grupo RPP (2013) Colocaciones en créditos a mypes crecen en 12 por ciento. Publicado 10 de julio de 2013. Visto en: http://www.rpp.com.pe/2013-07-10-colocaciones-en-creditos-a-mypes-crecen-en-12-por-ciento-noticia_612049.html

Instituto de formación bancaria (2011) Separata de sistema financiero y sus principales productos y servicios. Recuperado de: http://app.ifb.edu.pe/servicios_alumnos/doc/Adm_Negocios/Separatas/ICiclo/Separata_Sistema_Financiero_y_sus_principales_Productos_y_Servicios_2011-2.pdf.

Ley General del Sistema Financiero N°. 26702. Recuperado de: http://www.sbs.gob.pe/repositorioaps/0/0/jer/regu_leygralbancseguro/2011/Ley26702_18-01-2011.pdf.

Mc Graw – Hill (2011) Sistema financiero e intermediarios bancarios. Unidad 01. Recuperado de: <http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448146875.pdf>

Mc Graw-Hill (2011). Los consumidores, clientes y usuarios. Unidad 02. Recuperado de: <http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448175840.pdf>.

Portal del emprendedor peruano (2013). Tipos de créditos en Perú. Recuperado de: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ApUs7hj9UW4J:emprendedor.pe/finanzas/tipos-de-creditos-en-peru.html+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=pe>

Rodríguez, K (2012) Sistema financiero peruano. Actualidad Empresarial N° 265. Universidad SISE. Recuperado de:

http://www.universidadsise.edu.pe/biblioteca/data_biblioteca/pre-sise/sistema-financiero.pdf.

Superintendencia de Banca y Seguros (2014) Pre Poryectos Normativos. Proyecto que elimina el límite al otorgamiento de crédito pignoraticio aplicable a las CMAC e introduce nuevos límites aplicables a todas las empresas en caso no se efectúe evaluación integral de la capacidad de pago Visto en: http://www.sbs.gob.pe/app/pp/PreProyectos/proyecto_aviso.asp?p=2245

ANEXOS

Anexo 1 Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
Crédito Prendario	Modalidad de crédito de consumo que se concede al afectarse en garantía (con desposesión del bien) alhajas u otros objetos de oro o plata.	Modalidad de crédito de consumo caracterizado por un nivel de oferta considerable, tasas de interés, acceso al crédito y montos de préstamos que implican afectar alhajas u otros objetos de oro y plata.	Nivel de oferta	Ordinal
			Tasas de interés Formulas aplicadas	Ordinal Nominal
			Nivel de acceso al crédito	Ordinal
			Montos de préstamo	Ordinal

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
Caracterización del perfil del cliente	Es el análisis de las características del cliente y la determinación de perfiles que permitan clasificar a los clientes en grupos, y adoptar medidas de atención específicas.	A través de encuestas realizadas a los clientes se identificará el sexo, la edad, el nivel de ingresos, la frecuencia de uso de créditos prendarios, los montos solicitados, las razones de solicitud de créditos prendarios, y la cantidad de clientes.	Género	Nominal
			Edad	Nominal
			Nivel de ingresos	Nominal
			Frecuencia de uso de créditos prendarios	Nominal
			Montos solicitados	Nominal
			Razones de solicitud de créditos	Nominal
Nivel de Satisfacción Del Cliente	Es el nivel de Satisfacción de cliente y que permitan clasificar a los clientes en grupos, y adoptar medidas de atención específicas	A través de las encuestas realizadas a los clientes se identificará el nivel de la satisfacción del cliente con el financiamiento de créditos prendarios en la ciudad de Piura.	Número de clientes	Ordinal
			Antigüedad	Nominal

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
Persona Jurídica	. Es el análisis de las características de la persona jurídica y la determinación de perfiles que permitan clasificar a las personas jurídicas en grupos y adoptar medidas específicas.	A través de encuestas realizadas a los a las personas jurídicas se identificarla razón social, el Ruc, ventas diarias y	Razón Social	Nominal
			Ruc	Nominal
			Ventas Diarias	Ordinal

Variable 1: Crédito prendario

Variable 2: Caracterización del perfil del cliente

Definición conceptual

Crédito prendario:

Modalidad de crédito de consumo que se concede al afectarse en garantía (con desposesión del bien) alhajas u otros objetos de oro o plata.

Caracterización del perfil del cliente:

Es el análisis de las características del cliente y la determinación de perfiles que permitan clasificar a los clientes en grupos, y adoptar medidas de atención específicas.

Definición operacional

Crédito prendario:

Operacionalmente se determinará las características de la oferta de créditos prendarios en la ciudad de Piura, a través de información de los requisitos de acceso al crédito prendario en las entidades, las tasas aplicables y los montos solicitados.

Caracterización del perfil del cliente:

A través de encuestas realizadas a los clientes se identificará las características de la demanda de créditos prendarios; así como el nivel de la satisfacción del cliente con el financiamiento de créditos prendarios en la ciudad de Piura.

Anexo 2 Matriz de consistencia

PREGUNTA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	VARIABLES	METODOLOGÍA
¿Cómo y de qué manera el sistema de créditos prendarios ha influido en la satisfacción de necesidades de personas naturales y personas jurídicas en Casa Mazatlán?	Establecer de qué manera el sistema de créditos prendarios influye en la satisfacción de las necesidades de personas naturales y jurídicas en Casa Mazatlán	Independiente Crédito prendario Dependiente Caracterización del cliente	Tipo y nivel Descriptivo Explicativo Diseño de la Investigación No experimental Transversal Población 108 clientes 221164 público Técnica Encuestas Observación simple Análisis documental Instrumento Cuestionario Guía de observación Guía de análisis documental
PREGUNTAS ESPECÍFICAS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS		
a. ¿Cuáles son las características de la oferta de créditos prendarios en la ciudad de Piura?	a. Determinar las características de la oferta de créditos prendarios en la ciudad de Piura.		
b. ¿cuáles son las características de la oferta de créditos prendario en Casa Mazatlán?	b. Determinar las características de la oferta de créditos prendarios en Casa Mazatlán		
c. ¿Cuáles son las características de la demanda de créditos prendarios en Casa Mazatlán?	c. Identificar las características de la demanda de créditos prendarios en Casa Mazatlán		
d. ¿De qué manera el crédito prendario satisface las necesidades de financiamiento en Casa Mazatlán?	d. Medir la satisfacción del financiamiento de créditos prendarios en Casa Mazatlán		

Anexo 3 Encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

El siguiente cuestionario, de carácter confidencial, está destinado a recabar información necesaria que servirá de soporte a la investigación que se realiza en cuanto a la satisfacción de necesidades de créditos prendarios. Agradeciendo su colaboración, lea cuidadosamente cada pregunta y marque con una (x) su respuesta:

DATOS GENERALES

1. Sexo: M ☐ F ☐
2. Edad: 18 - 25 ☐ 26 - 35 ☐ 36 - 45 ☐ 45a más ☐
3. Nivel de ingresos: Menos de s/.750 ☐ s/. 750 - 1500 ☐ s/1501 - 2000 ☐ s/.2000 a más ☐

1.- ¿Desde cuándo usted accede a créditos prendarios?

- ☐ Hace más de 02 años
- ☐ Hace 02 años
- ☐ Hace 01 año
- ☐ Hace 06 meses
- ☐ Recientemente

2.- ¿Por qué razones prefiere acceder a créditos prendarios?

- ☐ Fácil acceso
- ☐ Requisitos mínimos
- ☐ Tasas de interés bajas
- ☐ Fácil refinanciamiento
- ☐ Otro: _____

3.- ¿Por qué razones ha solicitado su crédito prendario?

- ☐ Por necesidad de capital de trabajo urgente
- ☐ Por urgencias familiares
- ☐ Para realizar pagos de otros préstamos
- ☐ Para uso de diversiones
- ☐ Otro: _____

4.- ¿Con qué frecuencia suele solicitar créditos prendarios?

- ☐ Anualmente
- ☐ Cada 06 meses
- ☐ Cada 03 meses
- ☐ Mensualmente
- ☐ De forma eventual

5.- ¿Qué ha dejado en garantía?

- ☐ Joyas de oro
- ☐ Joyas de plata
- ☐ Artefactos
- ☐ Otro: _____

6.- ¿Qué monto ha solicitado o suele solicitar?

- ☐ S/. 100 - 300 nuevos soles
- ☐ S/. 301 - 700 nuevos soles
- ☐ S/. 701 - 1500 nuevos soles
- ☐ S/. 1501 - 2000 nuevos soles
- ☐ Más de S/. 2000 nuevos soles

7.- ¿Por qué eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario?

- ☐ Tasas de interés más bajas en el mercado
- ☐ Calidad de servicio
- ☐ Facilidades de amortización
- ☐ Recomendación de terceros
- ☐ Responsabilidad y garantía

8.- ¿Cómo califica la infraestructura de Casa Mazatlán en relación a comodidad?

- ☐ Muy buena
- ☐ Buena
- ☐ Regular
- ☐ Mala
- ☐ Muy Mala

9.- ¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Casa Mazatlán?

- ☐ Muy bueno
- ☐ Bueno
- ☐ Regular
- ☐ Malo
- ☐ Muy Malo

10.- ¿Cómo califica en general el servicio de créditos prendarios de Casa Mazatlán?

- ☐ Muy bueno
- ☐ Bueno
- ☐ Regular
- ☐ Malo
- ☐ Muy Malo

11.- ¿Qué tan dispuesto estaría usted de recomendar el servicio de créditos prendarios de Casa Mazatlán?

- ☐ Definitivamente no estaría dispuesto
- ☐ Probablemente no estaría dispuesto
- ☐ En duda
- ☐ Probablemente si estaría dispuesto
- ☐ Definitivamente si estaría dispuesto

MUCHAS GRACIAS.

Anexo 4 Guía de observación simple para la determinación de la oferta

1.- Determinación de la oferta:

- 1.1. ¿Cuáles son las empresas que se dedican a brindar créditos prendarios?
- 1.2. ¿Cuántos años tienen de funcionamiento en el mercado piurano?
- 1.3. ¿En qué parte de la ciudad tienen sus oficinas?
- 1.4. ¿Cuáles son los requisitos para acceder a un crédito prendario?
- 1.5. ¿Cuáles son los montos que brindan?
- 1.6. ¿Cuáles son las tasas de interés?
- 1.7. ¿Cuáles son los tiempos pactados para devolución del dinero?
- 1.8. ¿Cómo se encuentra el nivel de morosidad?
- 1.9. ¿Cuáles son los procesos de remates de las prendas no reclamadas?
- 1.10. ¿Qué tipo de publicidad utilizan?
- 1.11. ¿Con cuántas agencias o sucursales cuenta?
- 1.12. ¿Qué cantidad de personal por oficina?

Anexo 5 Informe Técnico de Fiabilidad para el Cálculo del Alfa de Cronbach

Se obtuvo los resultados siguientes al realizar el cálculo para el análisis de fiabilidad por Alfa de Cronbach.

Encuesta

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos

Interpretación

Podemos observar que el instrumento elegido tiene una confiabilidad aceptable igual a 0.793.

De acuerdo a Gómez e Hidalgo (2003) el alfa de Cronbach, que es el indicador más ampliamente utilizado para la fiabilidad de un instrumento de recojo de datos. Este coeficiente determina la consistencia interna de una escala analizando una variable con todas las demás que integran dicha escala. Toma valores entre 0 y 1, aunque también puede mostrar valores negativos. Cuanto más se acerque el coeficiente a la unidad, mayor será la consistencia interna de los indicadores en la escala evaluada, aunque no existe un acuerdo generalizado sobre cuál es el límite que demarca cuándo una escala puede ser considerada como fiable o no. El alfa de Cronbach por debajo de 0,5 muestra un nivel de fiabilidad no aceptable; si tomara un valor entre 0,5 y 0,6 se podría considerar como un nivel pobre; si se situara entre 0,6 y 0,7 se estaría ante un nivel débil; entre 0,7 y 0,8 haría referencia a un nivel aceptable; en el intervalo 0,8-0,9 se podría calificar como de un nivel bueno, y si tomara un valor superior a 0,9 sería excelente.

Anexo 6 Correlación de cruce de variables

		¿Desde cuándo usted accede a créditos prendarios?	¿Por qué razones prefiere acceder a créditos prendarios?	¿Por qué razones ha solicitado su crédito prendario?	¿Con qué frecuencia suele solicitar créditos prendarios?	¿Qué ha dejado en garantía?	¿Qué monto ha solicitado o suele solicitar?	¿Por qué eligió Casa Mazatlán para solicitar su crédito prendario?	¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Casa Mazatlán?	¿Cómo califica el tiempo de espera en la atención en Casa Mazatlán?	¿Cómo califica en general el servicio de créditos prendarios en Casa Mazatlán?	¿Qué tan dispuesto estaría usted de recomendar el servicio de créditos prendarios de Casa Mazatlán?
sexo	Correlación de Pearson	-,152	-,009*	-,162	,067	-,166**	,004	-,287**	-,064	,000	-,222*	,112
	Sig. (bilateral)	,137	,028	,113	,512	,004	,972	,004	,535	1,000	,029	,273
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
edad	Correlación de Pearson	-,185	-,170	-,268**	-,228*	-,002	,333**	-,242*	-,063	-,099**	,138	-,073*
	Sig. (bilateral)	,069	,096	,008	,025	,982	,001	,017	,539	,003	,179	,021
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
nivel de ingresos	Correlación de Pearson	-,395**	-,174	-,254*	-,224*	,074	,325**	-,076	,155**	,000	-,014*	,219*
	Sig. (bilateral)	,000	,088	,012	,028	,472	,001	,458	,009	1,000	,012	,031
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97